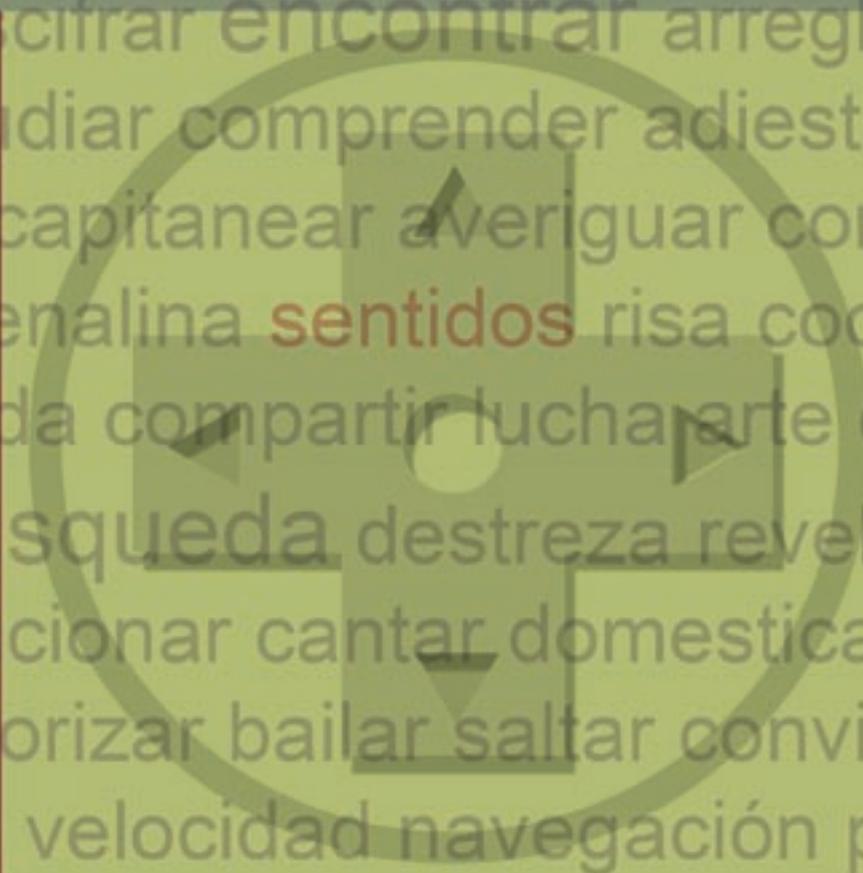


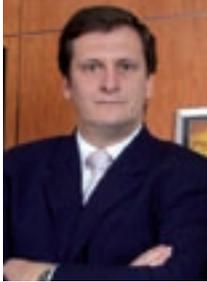
aDeSe anuario 2006





• CARTA DEL PRESIDENTE	5
• aDeSe	7
• Objetivos de la Asociación	
• Organización	
• Actividades	
• Relaciones con otras entidades y organismos	
• Las empresas integradas en aDeSe	
• GALARDONES aDeSe 2006.....	11
• DATOS DEL SECTOR	15
• Económicos.....	15
· Situación de la Industria Española	
· Resultados 2006 en España	
· Los títulos más vendidos en 2006 en España	
· Los más vendidos en España por meses	
· Los Top 5 por Compañías	
· Reparto del mercado de videojuegos a nivel mundial	
· Evolución del mercado de videojuegos en Europa	
· Evolución del mercado de videojuegos en Norteamérica	
· Evolución del mercado de videojuegos en el Pacífico y Asia	
· Algunos datos económicos de la Industria del Videojuego	
• Sociológicos.....	33
· Sociología del videojuego en EEUU	
· Sociología del videojuego en España	
• VIDEOJUEGOS Y MUJERES	33
• Resultados del Estudio Mujeres y Videojuegos: Hábitos y Preferencias de las Videojugadoras, de la Universidad Europea de Madrid.	
• La Moda y los Videojuegos	
• VIDEOJUEGOS Y SEXO	43
• DEPORTE Y VIDEOJUEGOS	45
• LOS VIDEOJUEGOS, UN FENÓMENO SOCIAL.....	47
• Efectos positivos de los videojuegos	
• Curiosidades del mundo del videojuego	
• Un poco de Historia sobre los videojuegos	
• Las nuevas videoconsolas	
• Futuro del videojuego	
• Formación en videojuegos	
• VIDEOJUEGOS Y MÓVILES.....	59
• VIDEOJUEGOS ONLINE	63
• VIDEOJUEGOS Y LITERATURA	65
• LOS CÓMICS Y EL VIDEOJUEGO	67
• LA PUBLICIDAD LLEGA A LOS VIDEOJUEGOS	69
• VIDEOJUEGOS Y SERIES DE TELEVISIÓN.....	71
• VIDEOJUEGOS Y CINE.....	75
• VIDEOJUEGOS Y MÚSICA.....	83
• INFORME SOBRE PIRATERÍA	85
• RESUMEN DEL AÑO	87
• Resumen anual aDeSe	
• Resumen anual España	
• Resumen anual Global	
• Resumen del año 2006: Lanzamientos	
• Premios otorgados en España a los mejores videojuegos en 2006	
· Premios EME	
· Hobby Premios	
· Premios Grupo Zeta	
· Premios Next Level 2006	
• FUENTES	109
• Documentación	
• Documentación gráfica	





CARTA DEL PRESIDENTE

Los videojuegos cada vez ocupan un lugar más destacado dentro de nuestro tiempo de ocio, y en la actualidad, cerca de diez millones de usuarios disfrutan de esta forma de entretenimiento que convive con éxito con otros competidores como el cine y la música.

Esta situación ha redundado en unas cifras de negocio cercanas a los mil millones de euros anuales en 2006, lo que representa un reconocimiento al esfuerzo de la industria por adaptarse con flexibilidad a las demandas de los usuarios y refleja su tendencia al alza.

La calidad de los videojuegos también crece cada año –avalada por la evolución tecnológica de las consolas– al tiempo que se avanza en nuevos contenidos. En este sentido no podemos olvidar el éxito de los llamados “videojuegos sociales” que a lo largo de 2006 han dado al consumidor la oportunidad de compartir su tiempo de juego en un ambiente familiar y de amigos. O la buena acogida de los videojuegos que desarrollan habilidades personales que han abierto un camino que, sin duda, continuará en los próximos años.

Tenemos que destacar que este éxito es fruto de un esfuerzo de años en el desarrollo de ideas y de presupuesto, y por supuesto, de la valentía de poner a disposición de los usuarios nuevas fórmulas de entretenimiento. Apuesta que los consumidores españoles han acogido con entusiasmo y que nos anima a seguir explorando en nuevos retos y contenidos que ofrecer.

Para aDeSe, ver como la sociedad integra voluntariamente a los videojuegos en su forma de vida es un logro que nos llena de satisfacción, y nuestro reto es seguir aportando calidad y contenido a un producto que puede ocupar el lugar de otros tan extendidos como la televisión, el cine o el deporte.

A todo ello ha contribuido de forma esencial el código PEGI, cuya constante labor de difusión por parte de aDeSe ha llegado a la sociedad, a los consumidores, padres y educadores, principalmente, de manera que cada vez estamos más cerca de un consumo responsable, en función de la edad recomendada y conforme a los iconos descriptores mostrados en la carátula del producto.

Actualmente, el código PEGI está suscrito por 27 países europeos y ya son más de 6.600 los videojuegos etiquetados de acuerdo con este sistema desde su implantación en el año 2003. En España, aDeSe ha logrado una gran implicación y colaboración por parte de instituciones de alto relieve social, como es el caso del Instituto Nacional de Consumo en colaboración con el que se ha desarrollado la iniciativa “*Decálogo para una compra responsable e informada de videojuegos*” durante el año 2006.

Y seguiremos con esta labor de concienciación, sobre todo con nuestra predisposición a colaborar con la Administración Pública en la difusión del mismo, en especial en un ámbito tan delicado como es el de los menores de edad. La industria del videojuego comparte la idea puesta de manifiesto en la UE de que no es competencia exclusiva de las empresas de videojuegos el llevar a cabo la protección de los menores y está a disposición de los poderes públicos para garantizar que sólo los videojuegos para niños lleguen a sus manos.

Así, a lo largo de estos años y de forma voluntaria y autónoma las diversas compañías de videojuegos han adquirido un compromiso firme y han realizado grandes esfuerzos para informar a los consumidores acerca de los contenidos que producen, aun cuando en el resto de áreas de la industria audiovisual esta comunicación no se realiza, o no se lleva a cabo con los mismos niveles de insistencia, ya que hasta la fecha no han encontrado restricción legal a la hora de definir sus audiencias.

La industria española del videojuego, que en la actualidad emplea en nuestro país a más de 5.000 personas, considera que debe seguir luchando externamente por avances en la conciencia de los consumidores y de los poderes públicos, e internamente por sus avances tecnológicos, oferta de contenidos y popularización.

Es un reto que conseguimos día a día, y por el que debemos seguir trabajando con ilusión y empeño.

Alberto González Lorca

Presidente de aDeSe.
[Asociación de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento]



aDeSe

CONSTITUIDA EN OCTUBRE DE 1997, LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE DISTRIBUIDORES Y EDITORES DE SOFTWARE DE ENTRETENIMIENTO (aDeSe) ES LA PATRONAL DEL SECTOR DE LOS VIDEOJUEGOS EN ESPAÑA. INTEGRA A LAS EMPRESAS CUYA ACTIVIDAD CONSISTE EN LA PRODUCCIÓN, EDICIÓN, IMPORTACIÓN Y/O DISTRIBUCIÓN DE SOFTWARE DE ENTRETENIMIENTO EN TODO TIPO DE MATERIALES Y FORMATOS. ACTUALMENTE DIECIOCHO COMPAÑÍAS FORMAN PARTE DE aDeSe.

OBJETIVOS DE LA ASOCIACIÓN

aDeSe representa los intereses de sus asociados ante las instituciones públicas y privadas. Entre sus objetivos fundacionales figura el desarrollo de la industria del software de entretenimiento, así como el establecimiento de relaciones y colaboraciones, con el fin de incrementar la incorporación de nuevos miembros, asociaciones, confederaciones, etc., tanto nacionales como extranjeros..

Entre los fines de la Asociación, tal y como figura en sus Estatutos, se hallan los siguientes:

- Proponer y solicitar de los organismos públicos y semipúblicos cuantas resoluciones se juzguen necesarias para la defensa y desarrollo de la industria y comercio del software de entretenimiento, aportando ante dichos organismos cuantos informes y datos se consideren necesarios para la resolución de los problemas que tenga planteados la Asociación y alguno de sus miembros.
- Defender los intereses de las empresas de software de entretenimiento ante las distintas personas físicas y jurídicas, agrupaciones, asociaciones, corporaciones u otros organismos nacionales o extranjeros, vinculados a la industria o afines a la misma.
- Promover, fomentar y publicar informes y estudios sobre temas y problemas que afecten a la industria del software de entretenimiento.
- Establecer y mantener relaciones y colaboraciones o, si se considera oportuno, la afiliación, unión o adhesión con todo tipo de federaciones, confederaciones, asociaciones o cualesquiera otras entidades, constituidas o que se constituyan en el futuro, tanto de ámbito nacional como autonómico o internacional, consideradas convenientes para la mejor defensa y promoción de los intereses de los asociados.
- Representar los intereses y derechos de los asociados en los casos de usurpación, defraudación y/o falsificación de la Propiedad Intelectual o Industrial.

ORGANIZACIÓN

La Asamblea General, el Comité Directivo y el Secretario General son los órganos de gobierno de la Asociación y ostentan la representación, la gestión y la administración de la entidad. Las personas que han de regir la Asociación son elegidas entre sus socios mediante votación secreta, personal y directa.

Las empresas integradas en aDeSe están representadas en la Asamblea General, órgano superior de la Asociación, entre cuyos miembros es elegido el Comité Directivo. Cada una de las compañías asociadas a aDeSe cuenta con un voto, de manera que todos sus miembros ostentan la misma capacidad en la adopción de las decisiones relativas a la representación, gestión y defensa de los intereses de la Asociación.

8 El Comité Directivo, cuyo mandato tiene una duración de un año, está formado por:

PRESIDENTE:

D. Alberto González Lorca **(ATARI)**

VICEPRESIDENTE:

D. James Armstrong
(SONY COMPUTER ENTERTAINMENT)

TESORERO:

D. Rafael Martínez-Avial
(ELECTRONIC ARTS)

VOCALES:

D. Antonio Temprano **(UBISOFT)**
D. Juan González **(TAKE TWO INTERACTIVE)**
Dña. Mercedes Rey **(PROEIN)**
D. Pablo Ruiz **(FX INTERACTIVE)**

SECRETARIO GENERAL:

D. Carlos Iglesias

ACTIVIDADES

Uno de los principales objetivos de aDeSe consiste en la difusión del conocimiento de la industria. En este sentido, ha realizado estudios que ponen de manifiesto la aceptación social del videojuego como entretenimiento.

Entre las actividades que la Asociación realizó durante 2006 destaca la elaboración del "Decálogo para una compra responsable e informada de videojuegos". El decálogo, fruto del convenio de colaboración entre el Instituto Nacional de Consumo y aDeSe, se encuentra enmarcado en una campaña informativa sobre el conocimiento del código de autorregulación por edades PEGI (Pan European Game Information), propio de la industria del videojuego, como herramienta de orientación para los padres y educadores a la hora de adquirir videojuegos destinados al consumo de menores. La iniciativa refuerza un año más el compromiso adquirido por el sector para favorecer el acceso adecuado de los menores al videojuego y para informar al público de forma responsable sobre los contenidos de los productos de software interactivo.

La contribución para lograr el desarrollo de la industria del videojuego a nivel nacional ha constituido otro de los objetivos prioritarios para aDeSe durante el año 2006, al igual que la promoción de acuerdos con universidades y escuelas que posean planes de estudio dirigidos al sector profesional y la potenciación de la lucha contra la piratería mediante la concienciación de la sociedad acerca de los perjuicios que ésta causa.

RELACIONES CON OTRAS ENTIDADES Y ORGANISMOS

Dentro de las acciones desarrolladas para la defensa de los intereses de la industria del software de entretenimiento, aDeSe está vinculada con una serie de entidades y organismos cuya actividad representa un apoyo en esta labor.

LUCHA CONTRA LA PIRATERÍA

Se trata de una de las labores fundamentales de aDeSe. En este marco, la Asociación, desde su constitución, viene apoyando activamente a la Federación para la protección de la propiedad intelectual de la obra audiovisual (FAP), conocida como Federación Anti Piratería. Además, aDeSe forma parte de la Asociación Española de Derecho de la Propiedad Intelectual (AEDPI), con la que organiza periódicamente acciones informativas conjuntas sobre temas relacionados con la defensa de la propiedad intelectual en la industria del videojuego.

AUTORREGULACIÓN

Las empresas que forman parte de aDeSe otorgan gran importancia a la autorregulación del sector, que actualmente se lleva a cabo mediante el Código PEGI, único sistema que sirve para clasificar la adecuación de la edad al contenido de los videojuegos, actualmente compartido por 27 países europeos.

Como representante de la industria local ante los consumidores, las instituciones y la sociedad en general, aDeSe es la única entidad encargada de la implementación, difusión y control de este sistema de calificación para los videojuegos distribuidos en nuestro país. En este sentido, aDeSe, viene desarrollando una estrecha colaboración con el Instituto Nacional de Consumo y con el Consejo de Consumidores y Usuarios.

La conversión del videojuego en uno de los productos más demandados por consumidores de todas las edades ha dado lugar a una mayor ampliación de los contenidos, necesaria para satisfacer los gustos de todos los usuarios, sobre todo si se considera la incorporación cada vez más numerosa en la franja de consumo adulto. Esta diversidad ha llevado a aDeSe y al INC, en colaboración con el Consejo de Consumidores y Usuarios, a realizar una campaña de información, auspiciada por el Ministerio de Sanidad y

Consumo, basada en un decálogo de recomendaciones prácticas para padres y adultos. Dichas recomendaciones están expresamente dirigidas al consumo responsable de videojuegos por los menores y orientadas a la divulgación del funcionamiento del sistema PEGI.

Fruto de este esfuerzo -al que hay que sumar el mantenimiento de acuerdos de colaboración con revistas especializadas, canales de distribución e instituciones especialmente preocupadas por la infancia, suscritos durante años anteriores- son los positivos resultados obtenidos en el último año en lo que respecta a la implantación efectiva del sistema de clasificación por edades PEGI en nuestra sociedad. Desde su implantación son ya 6.621 productos los que se han etiquetado conforme a este código, 2.054 de ellos durante el año 2006.

Asimismo, aDeSe mantiene la firma del convenio que suscribió en 2005 con Autocontrol, con el fin de garantizar las buenas prácticas en la publicidad de videojuegos. Aunque aDeSe ya se encontraba suscrita a Autocontrol desde el año 2004, la firma de este convenio ratificó la voluntad de compromiso y la seria preocupación de la industria del videojuego por informar al público en general sobre el contenido de los productos de software interactivo, proporcionar una información objetiva, inteligible y fiable acerca de la edad adecuada para cada producto, y garantizar la conformidad de cualquier actividad de publicidad o promoción con la finalidad básica de informar sobre el contenido de dichos productos, de una forma responsable y respetuosa con la dignidad humana.

Según los datos presentados por la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, Autocontrol, en su Informe Anual de Actividad para el año 2006, la industria del videojuego ha cumplido el compromiso de responsabilidad en sus comunicaciones comerciales que asumió al establecer de forma voluntaria su convenio de colaboración con este organismo. Durante el último año todas las compañías de la industria han cumplido de forma altamente satisfactoria las directrices propuestas desde Autocontrol a la hora de publicitar sus productos, de manera que tan sólo han sido dos las reclamaciones presentadas a lo largo de 2006 ante el jurado de videojuegos, encargado de velar por el correcto cumplimiento de estas directrices en materia de publicidad.

VINCULACIÓN CON LA INDUSTRIA EUROPEA

aDeSe mantiene una estrecha relación con la industria europea a través de la participación y contribución con asociaciones europeas, especialmente con la Interactive Software Federation of Europe (ISFE) de la que es miembro de pleno derecho, así como mediante la realización de estudios y la difusión de los mismos para un mejor conocimiento del sector.

ACERCA DE ISFE

Entre los objetivos de la Interactive Software Federation of Europe (ISFE) destacan:

- La representación de la industria de software interactivo a nivel internacional.
- La promoción de la industria del software a nivel europeo y mundial y la protección de sus derechos conforme a la legislación efectiva.

- La participación de sus miembros en iniciativas políticas y legales de instituciones internacionales europeas en campos como la propiedad intelectual, el comercio electrónico, la lucha contra la piratería, las negociaciones de la OMC, la protección de los menores o la protección del medio ambiente.

- La generación de conocimiento acerca de la industria europea de software como elemento clave de la economía y como nuevo vector de la cultura europea.

- La protección de los menores, proporcionando información a los potenciales compradores sobre el contenido de los productos de la industria, y sobre las diferentes categorías de edad indicadas para su consumo responsable.

- La obtención de datos de investigación de mercados y desarrollos legislativos y técnicos de todas clases, como fuente de información para sus miembros. Así como la difusión de información acerca de la industria de software a partir de comunicados de prensa y seminarios.

10

LAS EMPRESAS INTEGRADAS EN aDeSe

En la actualidad, aDeSe está compuesta por las empresas que figuran a continuación, que representan más del 85% de las unidades de videojuegos distribuidas en el mercado español.

ACTIVISION	FX INTERACTIVE	SONY COMPUTER ENTERTAINMENT
ATARI	MICROSOFT IBÉRICA	TAKE TWO INTERACTIVE
CODEMASTERS	NOKIA	THQ
DISNEY INTERACTIVE STUDIOS	PLANETA DE AGOSTINI INTERACTIVE	UBISOFT
ELECTRONIC ARTS	PROEIN	VIRGIN PLAY
FRIENDWARE	SEGA	VIVENDI UNIVERSAL GAMES

Galardones aDeSe 2006

aDeSe dio a conocer en 2006, por quinto año consecutivo, la relación de Galardones aDeSe, que premian a los videojuegos más vendidos en España.

Esta distinción queda materializada en un disco de Oro al superar las 40.000 copias, de Platino al superar las 80.000 copias vendidas o de Doble Platino al superar las 160.000 copias vendidas por título en cada plataforma.

En total fueron premiados 46 videojuegos: 6 de ellos con galardón de Doble Platino, 11 con galardón de Platino y 29 con galardón de Oro. De nuevo en esta ocasión se puso de manifiesto la buena salud del sector ya que se incrementó en un 44% el número de videojuegos de la industria que lograron vender suficiente número de copias como para optar a alguna de las tres categorías de galardón.

El reparto por género de los galardones fue un fiel reflejo de las tendencias del mercado. Así, los géneros más representados fueron los de Acción, Aventuras, Deportes y Carreras para consolas, que asentaron su posición dominante con el 70% de los videojuegos premiados. Fue especialmente relevante el impulso adquirido por los videojuegos de Carreras como *Fórmula One 2005*, premiado con Doble Platino e inspirado en los logros deportivos del popular Fernando Alonso. Por su parte, los videojuegos de Estrategia y Aventuras se confirmaron como géneros favoritos para los jugadores de PC.

Durante esta entrega se reafirmó la presencia entre los galardonados de un nuevo tipo de videojuego, innovador y con una vertiente de socialización muy acusada. Se trata de juegos como Singstar *Pop*, *Eye to Play* o *Buzz!*, ideados para fomentar la participación de varios jugadores, entre amigos o en familia, y que contribuyen a desmitificar la vieja concepción del videojugador adolescente solitario sustituyéndola por la del videojuego como herramienta de diversión de grupo.

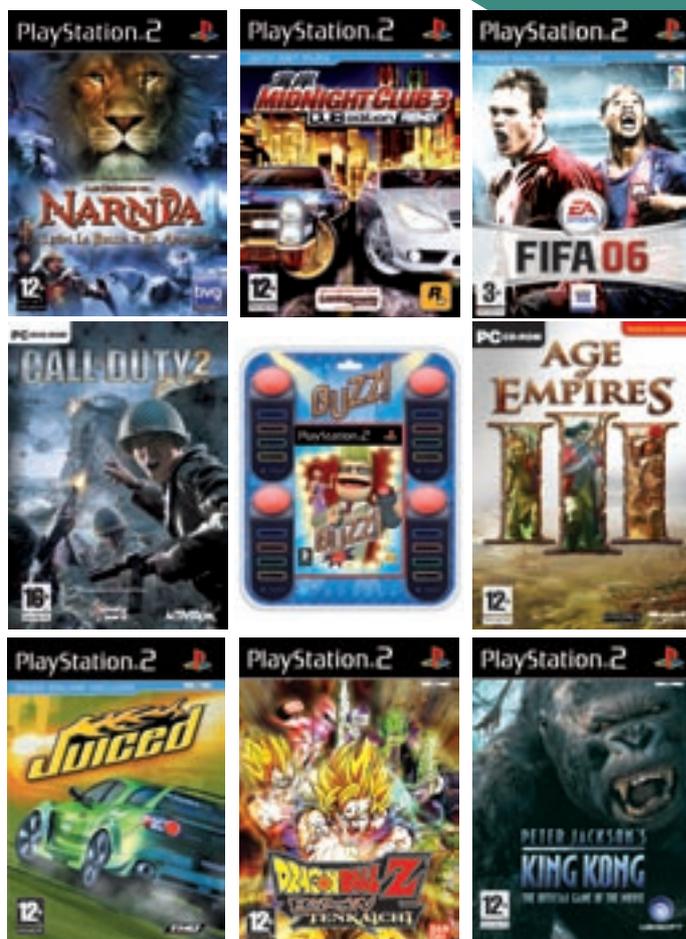
Conforme a los datos obtenidos, del total de videojuegos premiados con algún galardón sólo 6, el 13%, fueron clasificados por el código PEGI como aptos para mayores de 18 años. Por categorías, entre los videojuegos premiados con un galardón de Doble Platino –aquellos que vendieron un mayor número de copias– no hubo ninguno con la calificación 18+, siendo el 100% de ellos aptos para todos los públicos con la calificación PEGI 3+ años. En los galardones de Platino sucedió algo similar, con tan solo un videojuego clasificado para 18+ entre todos los galardonados; y lo mismo ocurrió en el caso de los galardones de Oro, con cinco videojuegos premiados con clasificación 18+, frente a diez que obtuvieron una clasificación 3+ y 7+.

En esta ocasión, cinco videojuegos consiguieron galardón para plataformas diferentes: Se trata de Call of Duty 2: Big Red One, galardón de Oro para PC y PS2; Madagascar, galardón de Oro para PS2 y GBA; Las Crónicas de Narnia, galardón de Oro para GBA y PS2; Harry Potter y el Cáliz de Fuego, galardón de Oro para GBA y galardón de Platino para PS2; y FIFA 06, galardón de Oro para PSP y galardón de Doble Platino para PS2. Una vez más, se confirmó la presencia de las “sagas” entre los galardonados como es el caso de *Call Of Duty*, *Star Wars*, *Harry Potter*, *FIFA*, *Los Sims*, *Need for Speed*, *Tekken* o *Grand Theft Auto*, entre otros.

El vínculo entre el mundo del cine y el del videojuego se afianza año tras año. Prueba de ello es el éxito que una vez más cosecharon títulos inspirados en películas como *Harry Potter*,

Star Wars o King Kong. Igualmente, cada vez es más estrecha la relación que une animación y videojuegos; de hecho, numerosos productos de la casa Disney, especialmente ideados para niños, han tenido su fiel reflejo en el correspondiente videojuego en los últimos años. Siendo distribuidos por diferentes compañías en nuestro país, estos videojuegos han logrado importantes cifras de ventas y por tanto han sido galardonados también en el último año. Tal es el caso de Las Crónicas de Narnia, distribuido por Atari y premiado con dos galardones de oro en esta última entrega.

En cuanto al reparto por compañías, Electronic Arts consiguió 13 galardones, seguida de los 10 de Sony Computer Entertainment y de los 8 de Activision. Atari obtuvo 3 galardones, al igual que Take 2 Interactive, mientras que FX Interactive y Ubisoft recogieron dos cada una. Microsoft Ibérica, Planeta de Agostini Interactive, Vivendi Games, THQ y Friendware obtuvieron un galardón.



LOS GALARDONADOS DE LA EDICIÓN 2006

Los 46 títulos premiados en la edición 2006 de los Galardones aDeSe fueron los siguientes:

COMPañIA	TITULO	PLATAFORMA	GALARDON	PEGI
ACCIÓN				
Activision	Call Of Duty 2	PC	ORO	16+
Activision	Star Wars: Battlefront 2	PS2	ORO	12+
Activision	Gun	PS2	ORO	18+
Activision	True Crime 2: New York City	PS2	ORO	18+
Activision	Call Of Duty 2: Big Red One	PS2	ORO	16+
Atari	Dragon Ball Z: Budokai Tenkaichi	PS2	PLATINO	12+
Electronic Arts	Devil May Cry 3	PS2	ORO	16+
Electronic Arts	Medal Of Honor: European Assault	PS2	ORO	16+
Sony Computer Entertainment	God Of War	PS2	ORO	18+
Sony Computer Entertainment	Tekken 5	PS2	PLATINO	12+
Take 2 Interactive	Grand Theft Auto: San Andreas	PC	ORO	18+
Take 2 Interactive	Grand Theft Auto: Liberty City Stories	PSP	PLATINO	18+
Ubisoft	Peter Jackson's King Kong	PS2	ORO	12+

AVENTURA

Activision	Madagascar	PS2	Oro	3+
Activision	Madagascar	GBA	Oro	3+
Activision	Star Wars Episodio III: La Venganza De Los Sith	PS2	Platino	3+
Atari	Las Crónicas de Narnia	GBA	Oro	12+
Atari	Las Crónicas de Narnia	PS2	Oro	12+
Electronic Arts	Harry Potter y El Cáliz De Fuego	GBA	Oro	7+
Electronic Arts	Resident Evil 4	PS2	Oro	18+
Electronic Arts	Harry Potter y El Cáliz De Fuego	PS2	Platino	7+
Sony Computer Entertainment	Medevil: Resurrection	PSP	Oro	7+
Ubisoft	Prince Of Persia: Las Dos Coronas	PS2	Oro	16+
Vivendi Games	World Of Warcraft	PC	Oro	12+
Friendware	Guild Wars	PC	Oro	12+

CARRERAS

Electronic Arts	Need For Speed: Most Wanted	PS2	Doble Platino	3+
Sony Computer Entertainment	F1 Grand Prix	PSP	Oro	3+
Sony Computer Entertainment	Moto G. P. 4	PS2	Platino	3+
Sony Computer Entertainment	Formula One 2005	PS2	Doble Platino	3+
Sony Computer Entertainment	Gran Turismo 4	PS2	Doble Platino	3+
Take 2 Interactive	Midnight Club 3: Dub Edition	PS2	Oro	3+
THQ	Juiced	PS2	Oro	12+

DEPORTES

Electronic Arts	FIFA 06	PSP	Oro	3+
Electronic Arts	NBA Live 06	PS2	Oro	3+
Electronic Arts	FIFA Street	PS2	Platino	3+
Electronic Arts	FIFA 06	PS2	Doble Platino	3+
Planeta de Agostini Interactive	PC Fútbol 2006	PC	Platino	3+

ESTRATEGIA

Electronic Arts	Los Sims 2: Universitarios	PC	Platino	12+
Electronic Arts	Los Sims 2	PS2	Platino	7+
Electronic Arts	Los Sims 2: Noctámbulos	PC	Platino	12+
FX Interactive	Panzers Phase Two	PC	Oro	12+
FX Interactive	Port Royale II: Imperio y Piratas	PC	Oro	7+
Microsoft Ibérica	Age Of Empires III	PC	Oro	12+

PLATAFORMA / OTROS

Sony Computer Entertainment	Eye To Play 3	PS2	Doble Platino	3+
Sony Computer Entertainment	Buzz!	PS2	Oro	3+
Sony Computer Entertainment	Singstar Pop	PS2	Doble Platino	3+

PLATAFORMAS**PC:** Personal Computer**GBA:** GameBoy Advance**PS2:** PlayStation2**PSP:** PlayStation Portable



DATOS DEL SECTOR Económicos

SITUACIÓN DE LA INDUSTRIA ESPAÑOLA

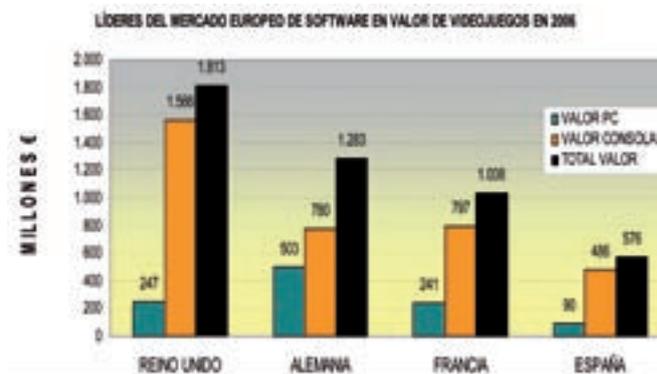
El consumo de videojuegos en España durante 2006, referido tanto a consumo de software interactivo como a venta de consolas, mantiene a nuestro país en el cuarto puesto del ranking europeo que ya lograra en años anteriores. Estos datos sitúan a la industria española del videojuego a la cabeza del ocio audiovisual, por delante de la taquilla de cine, las películas de video o la música grabada.

Este ascenso imparable pone de manifiesto el potencial de esta industria como creadora de tejido empresarial nacional, motivo por el cual aspectos aún poco potenciados de la misma, como es el caso del desarrollo de videojuegos, deberían contar con el impulso necesario por parte de la Administración. Pese a los buenos resultados obtenidos año tras año, España no deja de ser un país básicamente distribuidor de videojuegos, que compite en clara situación de desventaja con respecto al resto de países situados en los primeros puestos europeos, como Reino Unido, Alemania y Francia, todos ellos con el denominador común de contar con el apoyo de sus respectivos gobiernos en gran parte de sus acciones de I+D. Con la atención necesaria, la industria de videojuegos en nuestro país podría constituirse como un mercado de trabajo con gran capacidad de crecimiento, además de contribuir al incremento de la I+D, con hallazgos tecnológicos extrapolables a otros sectores.

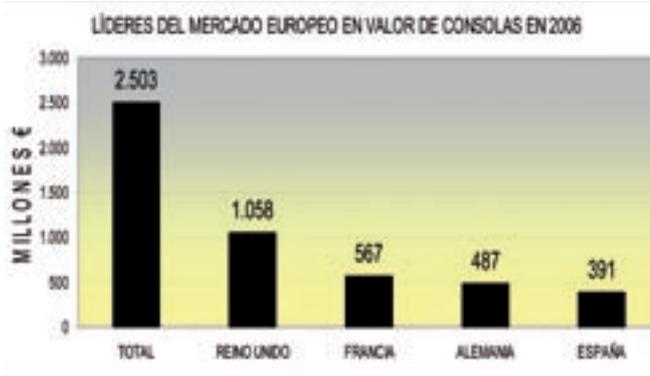
También, al constituirse el videojuego como un elemento de ocio para todas las edades es cada vez más importante y necesario el impulsar el código de autorregulación PEGI, promoviendo su difusión y conocimiento entre los consumidores de videojuegos y, sobre todo, entre los padres y educadores que adquieren los videojuegos dirigidos a los menores de edad. En este sentido, los resultados del último año son muy positivos en lo que respecta a la implantación del PEGI. Durante el año 2006 más de 2.000 títulos han llegado al mercado catalogados con este sistema, de manera que en

la actualidad la práctica totalidad de los productos disponibles en las estanterías de los establecimientos españoles están etiquetados conforme a este código de clasificación por edades, en armonía con lo que sucede con el resto de países europeos que comparten el código PEGI, actualmente 27 en total. Los videojuegos que pudieran encontrarse en la actualidad sin código PEGI se corresponden con títulos muy antiguos, prácticamente de los inicios del videojuego, anteriores a la existencia de este sistema de autorregulación por parte de la industria y cuya representación es muy residual en los comercios, orientada básicamente al coleccionismo y no al gran consumo.

En relación con las oportunidades laborales del sector de los videojuegos, a nivel mundial los grandes estudios contratan equipos de producción para elaborar en el plazo de uno o dos años sus próximos éxitos. Ahora bien, también pueden surgir nuevas oportunidades, de ámbito más localizado, para crear videojuegos sencillos, tanto para consolas portátiles como para teléfonos móviles. Este tipo de juegos, incluso desarrollados por una sola persona y en tiempo récord, están empezando a abrirse un hueco en las consolas de salón y suponen una oportunidad profesional para miles de jóvenes.



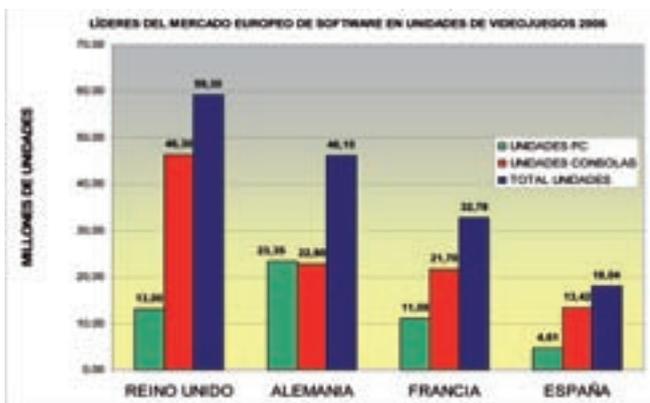
Fuente: MC / GfK / Chart Track



Fuente: MC / GfK / Chart Track



Fuente: MC / GfK / Chart Track



Fuente: MC / GfK / Chart Track

¿POR QUÉ LOS VIDEOJUEGOS CUESTAN LO QUE CUESTAN?

La revista Forbes publicó un editorial en el que trataba de explicar las razones del coste de los videojuegos, en especial de aquellos de última generación destinados a las nuevas consolas de Sony, Nintendo y Microsoft.

Conforme se explicaba en el artículo *Why Gears of War Costs 60\$?*, en muchos casos el desarrollo de un videojuego se parece a la producción de una película de Hollywood, teniendo en cuenta que algunos de ellos pueden llegar a costar hasta 20 millones de dólares. Se estima que tan sólo un dólar de los 60 que, de media, cuesta un videojuego puede considerarse como beneficio, de manera que los 59 restantes se quedan por el camino. De esta cantidad, en torno al 45% se invierte en diseño y programación, mientras que el 55% restante se reparte en gastos de fabricación, empaquetado, distribución y promoción, así como para compensar las fuertes inversiones realizadas en el desarrollo

de consolas, ya que éstas llegan al mercado a un precio menor del que realmente deberían tener si consideráramos todos sus costes de fabricación...



Fuente: 20 Minutos

RESULTADOS 2006 EN ESPAÑA

El consumo de la industria española de videojuegos, representada por aDeSe, alcanzó los 967 millones de euros en el pasado ejercicio 2006. Estos datos constatan un continuo ascenso en el consumo de hardware y software en nuestro país, lo que consolida al videojuego como una de las actividades de ocio y entretenimiento más populares de nuestra sociedad.

Durante 2006 la factura de la industria del videojuego, con el 40% del total, fue la más alta de las denominadas de ocio audiovisual e interactivo en España, seguida por la de la taquilla de cine, con 636 millones de euros; la de las películas de vídeo, con 442 millones de euros; y la de la música grabada, con 372 millones de euros.

Las consolas continuaron siendo líderes en el mercado de videojuegos y un año más lograron incrementos en el número de unidades vendidas, alcanzando 2.216.000 máquinas, lo que supuso un aumento superior al 10% sobre las ventas de 2005.

Respecto a los videojuegos, se situaron en primer lugar los específicos para consolas, que representaron el 84,3% del valor total de los consumidos en España durante 2006, frente al 15,7% representado por los videojuegos específicos para PC. Los videojuegos más vendidos para consolas fueron los de acción, con un 24,4%, seguidos por los de aventura (22,5%), deportes (14,3%) y carreras (13,3%). En el mercado de videojuegos para PC, en cambio, dominaron los juegos de estrategia, con un 36,3%, seguidos de los de aventura (17,1%) y acción (16,2%).

Respecto al código PEGI, desde la implantación de este sistema de autorregulación para la industria del videojuego en el año 2003, son ya 6.621 productos los que se han etiquetado conforme al código de edades PEGI, 2.054 de ellos durante el año 2006. Del total de títulos de videojuegos lanzados durante ese año, el 45% ha recibido la clasificación de apto para todos los públicos y sólo un 8% ha sido expresamente etiquetado como 18+ (para mayores de 18 años).



Fuente: MC / GfK



Fuente: MC / GfK

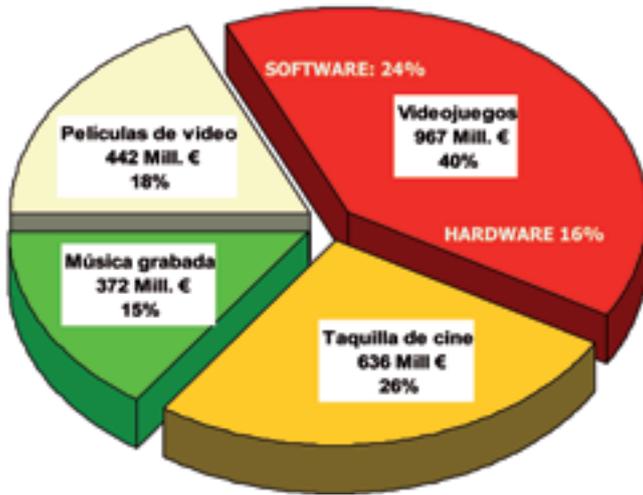


Fuente: MC / GfK



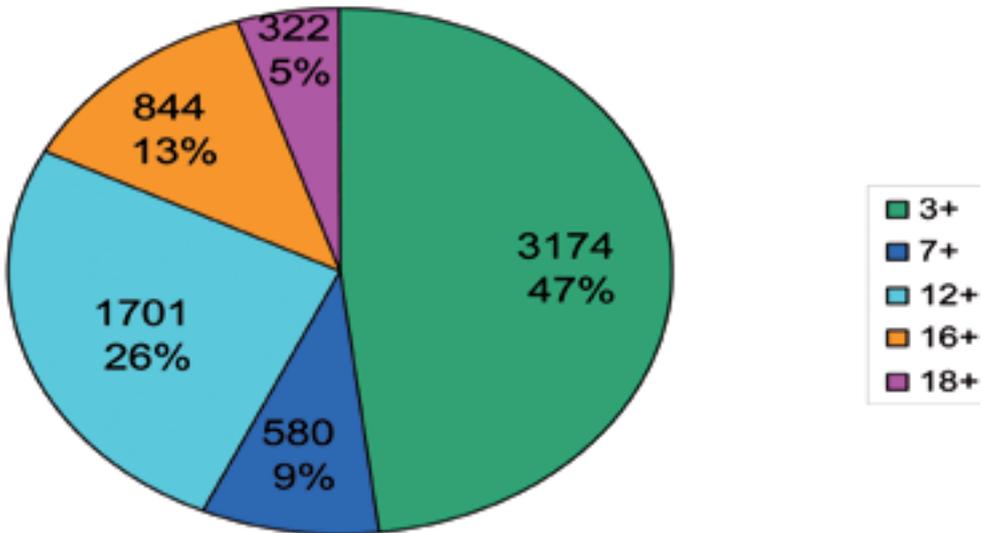
Fuente: MC / GfK

ESTIMACIÓN DEL CONSUMO AUDIOVISUAL E INTERACTIVO EN ESPAÑA EN 2006



Fuente: PROMUSICAE / Ministerio de Cultura / UVE / MC / GfK

VIDEOJUEGOS CALIFICADOS DESDE LA IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA PEGI AL 31/12/06: 6.621

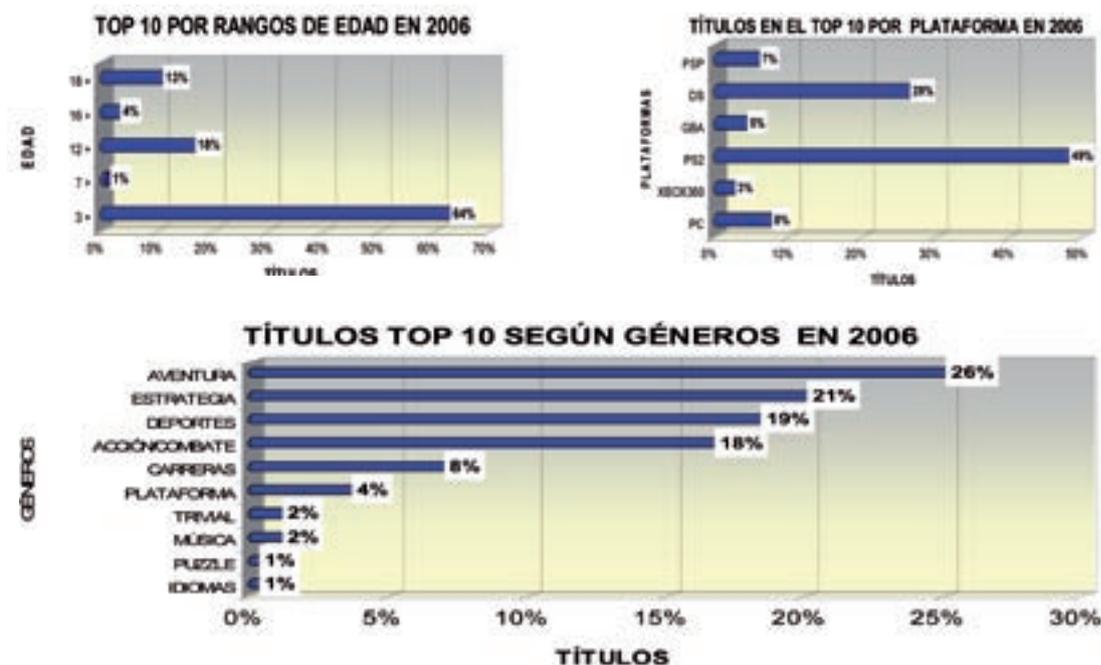


Fuente: NICAM

LOS TÍTULOS MÁS VENDIDOS EN 2006 EN ESPAÑA

	PLATAFORMA	TÍTULO	DISTRIBUIDOR	GÉNERO	EDAD
1	PS2	Pro Evolution Soccer 6	Konami	Deporte	3+
2	DS	Brain Training del Dr. Kawashima	Nintendo	Estrategia	3+
3	DS	Animal Crossing: Wild World	Nintendo	Aventura	3+
4	PS2	FIFA 07	Electronic Arts	Deporte	3+
5	NDS	Pokemon Mundo Misterioso – Equipo de Rescate Azul	Nintendo	Aventura	3+
6	NDS	New Super Mario Bros	Nintendo	Platform	3+
7	NDS	Nintendogs: Dálmata	Nintendo	Estrategia	3+
8	PS2	Pro Evolution Soccer 5	Konami	Deporte	3+
9	PS2	Eye Toy: Play 3	Sony Computer Entertainment	Innovac.	3+
10	PS2	Need for Speed: Carbono	Electronic Arts	Carreras	12+
11	PS2	Grand Theft Auto: San Andreas Platinum	Take Two Interactive	Acción	18+
12	NDS	Big Brain Academy	Nintendo	Estrategia	3+
13	PS2	Buzz! El Gran Reto	Sony Computer Entertainment	Innovac.	3+
14	NDS	Nintendogs: Labrador	Nintendo	Estrategia	3+
15	PS2	Singstar Edad de Oro del Pop Español	Sony Computer Entertainment	Innovac.	12+
16	GBA	Pokemon Esmeralda	Nintendo	Aventura	3+
17	PSP	Grand Theft Auto: Liberty City Stories	Take Two Interactive	Acción	18+
18	PS2	Kingdom Hearts II	Proein	Aventura	12+
19	PS2	Eye Toy: Play Sports	Sony Computer Entertainment	Innovac.	3+
20	GBA	Pokemon Mundo Misterioso – Equipo de Rescate Rojo	Nintendo	Aventura	3+

19



Fuente: MC / GfK

LOS MÁS VENDIDOS EN ESPAÑA POR MESES

ENERO			FEBRERO		
RK	Edad	Título	RK	Edad	Título
1	3	NEED FOR SPEED: MOST WANTED (PS2)	1	18	GRAND THEFT AUTO: SAN ANDREAS PLATINUM (PS2)
2	3	PRO EVOLUTION SOCCER 5 (PS2)	2	18	GOD OF WAR (PS2)
3	18	GRAND THEFT AUTO: SAN ANDREAS PLATINUM (PS2)	3	3	PRO EVOLUTION SOCCER 5 (PS2)
4	18	GRAND THEFT AUTO: LIBERTY CITY STORIES (PSP)	4	12	SHADOW OF THE COLOSSUS (PS2)
5	3	FIFA 06 (PS2)	5	3	POKEMON ESMERALDA (GBA)
6	3	PRO EVOLUTION SOCCER 5 (PSP)	6	12	LOS SIMS 2: ABREN NEGOCIOS (PC)
7	7	LOS SIMS 2 (CD)	7	12	TEKKEN 5 (PS2)
8	12	LAS CRONICAS DE NARNIA (PS2)	8	3	NEED FOR SPEED: MOST WANTED (PS2)
9	16	PRINCE OF PERSIA: LAS DOS CORONAS (PS2)	9	3	NINTENDOGS: LABRADOR (DS)
10	3	POKEMON ESMERALDA (GBA)	10	18	GRAND THEFT AUTO: LIBERTY CITY STORIES (PSP)

20

MARZO			ABRIL		
RK	Edad	Título	RK	Edad	Título
1	12	LOS SIMS 2: ABREN NEGOCIOS (PC)	1	12	DRAGON QUEST: EL PERIPLO DEL REY MALDITO (PS2)
2	3	FIFA STREET 2 (PS2)	2	3	ANIMAL CROSSING: WILD WORLD (DS)
3	18	EL PADRINO (PS2)	3	12	TOMB RAIDER: LEGEND (PS2)
4	16	COMMANDOS STRIKE FORCE (PS2)	4	3	FIFA STREET 2 (PS2)
5	16	THE ELDER SCROLLS IV: OBLIVION (XBOX360)	5	18	EL PADRINO (PS2)
6	18	RESIDENT EVIL 4 (PS2)	6	3	ICE AGE 2 : EL DESHIELO (PS2)
7	16	TOM CLANCY'S GHOST RECON: ADVANCED WARFIGHTER (XBOX360)	7	3	ICE AGE 2 : EL DESHIELO (DS)
8	18	GRAND THEFT AUTO: SAN ANDREAS PLATINUM (PS2)	8	12	LOS SIMS 2: ABREN NEGOCIOS (PC)
9	3	POKEMON ESMERALDA (GBA)	9	3	POKEMON ESMERALDA (GBA)
10	12	SEÑOR ANILLOS: LA BATALLA POR LA TIERRA MEDIA II (PC)	10	3	NINTENDOGS: LABRADOR (DS)

MAYO			JUNIO	
RK	Edad	Título	RK	Título
1	3+	ANIMAL CROSSING: WILD WORLD (DS)	1	3+ BRAIN TRAINING DEL DR. KAWASHIMA (DS)
2	3+	PRO EVOLUTION SOCCER 5 (PS2)	2	3+ NINTENDOGS: DALMATA (DS)
3	3+	BUZZ! EL GRAN RETO + BUZZER CONTROLLERS (PS2)	3	3+ ANIMAL CROSSING: WILD WORLD (DS)
4	3+	DAXTER (PSP)	4	3+ PRO EVOLUTION SOCCER 5 (PS2)
5	3+	TOURIST TROPHY (PS2)	5	3+ TOURIST TROPHY (PS2)
6	3+	NINTENDOGS: LABRADOR (DS)	6	3+ PRO EVOLUTION SOCCER 5 PLATINUM (PS2)
7	3+	COPA MUNDIAL DE LA FIFA 2006 (PS2)	7	3+ COPA MUNDIAL DE LA FIFA 2006 (PS2)
8	3+	EYE TOY: PLAY 3 + CAMARA (PS2)	8	18+ GRAND THEFT AUTO: LIBERTY CITY STORIES (PS2)
9	12+	DRAGON QUEST: EL PERIPLO DEL REY MALDITO (PS2)	9	12+ SINGSTAR ROCKS! (PS2)
10	3+	POKEMON ESMERALDA (GBA)	10	3+ BUZZ! EL GRAN RETO + BUZZER CONTROLLERS (PS2)

JULIO			AGOSTO		
RK	Edad	Título	RK	Edad	Título
1	3+	BRAIN TRAINING DEL DR. KAWASHIMA (DS)	1	3+	BRAIN TRAINING DEL DR. KAWASHIMA (DS)
2	3+	CARS (PS2)	2	3+	FORMULA ONE 2006 (PS2)
3	3+	NEW SUPER MARIO BROS. (DS)	3	3+	NEW SUPER MARIO BROS. (DS)
4	3+	NINTENDOGS: DALMATA (DS)	4	3+	CARS (PS2)
5	18+	GRAND THEFT AUTO: LIBERTY CITY STORIES (PS2)	5	3+	ANIMAL CROSSING: WILD WORLD (DS)
6	3+	PRO EVOLUTION SOCCER 5 PLATINUM (PS2)	6	18+	GRAND THEFT AUTO: LIBERTY CITY STORIES (PS2)
7	3+	BIG BRAIN ACADEMY (DS)	7	3+	NINTENDOGS: DALMATA (DS)
8	3+	CARS (DS)	8	12+	PIRATAS DEL CARIBE: LEYENDA DE JACK SPARROW (PS2)
9	3+	ANIMAL CROSSING: WILD WORLD (DS)	9	3+	PRO EVOLUTION SOCCER 5 PLATINUM (PS2)
10	3+	FORMULA ONE 2006 (PS2)	10	3+	FORMULA ONE 2006 (PSP)

SEPTIEMBRE			OCTUBRE	
RK	Edad	Título	RK	Título
1	12	KINGDOM HEARTS II (PS2)	1	3 PRO EVOLUTION SOCCER 6 (PS2)
2	3	FIFA 07 (PS2)	2	3 FIFA 07 (PS2)
3	16	TEKKEN: DARK RESURRECTION (PSP)	3	12 KINGDOM HEARTS II (PS2)
4	3	BRAIN TRAINING DEL DR. KAWASHIMA (DS)	4	12 LOS SIMS 2: MASCOTAS (DVD)
5	18	GANGS OF LONDON (PSP)	5	3 ANIMAL CROSSING: WILD WORLD (DS)
6	12	LOS SIMS 2: TODO GLAMOUR - ACCESORIOS (CD)	6	12 WORLD OF WARCRAFT (EN CASTELLANO) (CD)
7	3	ANIMAL CROSSING: WILD WORLD (DS)	7	3 PRO EVOLUTION SOCCER 6 (DVD)
8	3	NEW SUPER MARIO BROS. (DS)	8	3 BRAIN TRAINING DEL DR. KAWASHIMA (DS)
9	18	GRAND THEFT AUTO: LIBERTY CITY STORIES (PS2)	9	3 ENGLISH TRAINING: DISFRUTA Y MEJORA TU INGLES (DS)
10	3	LEGO STAR WARS II: LA TRILOGIA ORIGINAL (PS2)	10	3 PRO EVOLUTION SOCCER 6 (XBOX360)

NOVIEMBRE			DICIEMBRE		
RK	Edad	Título	RK	Edad	Título
1	3	PRO EVOLUTION SOCCER 6 (PS2)	1	3	BRAIN TRAINING DEL DR. KAWASHIMA (DS)
2	3	POKEMON MUNDO MISTERIOSO - EQUIPO DE RESCATE AZUL (DS)	2	3	PRO EVOLUTION SOCCER 6 (PS2)
3	3	BRAIN TRAINING DEL DR. KAWASHIMA (DS)	3	3	POKEMON MUNDO MISTERIOSO - EQUIPO DE RESCATE AZUL (DS)
4	3	POKEMON MUNDO MISTERIOSO - EQUIPO DE RESCATE ROJO (GBA)	4	12	NEED FOR SPEED: CARBONO (PS2)
5	12	NEED FOR SPEED: CARBONO (PS2)	5	3	FIFA 07 (PS2)
6	12	DRAGON BALL Z: BUDOKAI TENKAICHI 2 (PS2)	6	3	NEW SUPER MARIO BROS. (DS)
7	3	FIFA 07 (PS2)	7	3	PRO EVOLUTION SOCCER 6 (PSP)
8	18	GEARS OF WAR (XBOX360)	8	3	BIG BRAIN ACADEMY (DS)
9	12	LOS SIMS 2: MASCOTAS (DVD)	9	3	NINTENDOGS: DALMATA (DS)
10	3	NINTENDOGS: DALMATA (DS)	10	12	SINGSTAR EDAD DE ORO DEL POP ESPAÑOL (PS2)

LOS TOP 5 POR COMPAÑÍAS

ACTIVISION	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
CALL OF DUTY 3	PS2	Acción/Combate	16+
GUITAR HERO II + GUITARRA	PS2	Innovación	12+
LEGO STAR WARS II: LA TRILOGIA ORIGINAL	PS2	Acción/Combate	3+
SHREK 2 PLATINUM - ATVI	PS2	Acción/Combate	3+
SPIDER-MAN 2 PLATINUM REACTIVATE - ATVI	PS2	Acción/Combate	12+
ATARI	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
DRAGON BALL Z: BUDOKAI TENKAICHI 2	PS2	Acción/Combate	12+
DRAGON BALL Z: SHIN BUDOKAI	PSP	Acción/Combate	12+
DRIVER: PARALLEL LINES	PS2	Acción/Combate	18+
PIRATAS DEL CARIBE: EL COFRE DEL HOMBRE MUERTO	NINTENDO DS	Aventura	12+
DRAGON BALL Z: SUPERSONIC WARRIORS 2	NINTENDO DS	Acción/Combate	7+
DISNEY INTERACTIVE STUDIOS	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
PIRATAS DEL CARIBE: EL COFRE DEL HOMBRE MUERTO	PSP	Aventura	12+
KIM POSSIBLE : KIMMUNICATOR	NINTENDO DS	Acción/Combate	3+
LA SIRENITA	NINTENDO DS	Aventura	3+
AMERICAN DRAGON	NINTENDO DS	Aventura	7+
MUJERES DESESPERADAS	PC	Estrategia	16+
ELECTRONIC ARTS	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
FIFA 07	PS2	Deportes	3+
NEED FOR SPEED: CARBONO	PS2	Carreras/Rally	12+
LOS SIMS 2: MASCOTAS	PC	Estrategia	12+
LOS SIMS 2: ABREN NEGOCIOS	PC	Estrategia	12+
FIFA STREET 2	PS2	Deportes	3+
FRIENDWARE	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
GUILD WARS: FACTIONS	PC	Aventura	12+
GUILD WARS: NIGHTFALL	PC	Aventura	12+
PRO CYCLING MANAGER: TEMPORADA 2006-2007	PC	Deportes	3+
TRAINZ RAILROAD SIMULATOR 2006	PC	Simulación	3+
HEARTS OF IRON II: DOOMSDAY	PC	Estrategia	3+
FX INTERACTIVE	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
IMPERIVM CIVITAS	PC	Estrategia	12+
AMERICAN CONQUEST - EDICION ORO PREMIUM	PC	Estrategia	12+
SACRED - EDICION ORO PREMIUM	PC	Aventura	12+
CODENAME: PANZERS PREMIUM	PC	Estrategia	12+
COLIN MCRAE RALLY 04 PREMIUM	PC	Carreras/Rally	3+
MICROSOFT IBÉRICA	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
GEARS OF WAR	XBOX360	Acción/Combate	18+
DEAD OR ALIVE 4	XBOX360	Acción/Combate	16+
FLIGHT SIMULATOR X DELUXE EDITION	PC	Simulación	3+
AGE OF EMPIRES III: THE WAR CHIEFS	PC	Estrategia	12+
NINETY-NINE NIGHTS	XBOX360	Acción/Combate	12+
PLANETA DE AGOSTINI INTERACTIVE	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
PC FUTBOL 2007	PC	Deportes	3+
PC SUDOKU + LIBRO	PC	Estrategia	3+
WWII: TANK BATTLES	PS2	Acción/Combate	12+
HERACLES : BATTLE WITH THE GODS	PS2	Acción/Combate	7+
WORLD SUPER POLICE	PS2	Acción/Combate	12+

PROEIN	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
KINGDOM HEARTS II	PS2	Aventura	12+
DRAGON QUEST: EL PERIPLO DEL REY MALDITO	PS2	Aventura	12+
TOMB RAIDER: LEGEND	PS2	Aventura	12+
COMMANDOS STRIKE FORCE	PS2	Acción/Combate	16+
DEVIL MAY CRY 3: DANTE'S AWAKENING - SPECIAL EDITION	PS2	Acción/Combate	16+
SEGA ESPAÑA	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
SONIC RIVALS	PSP	Plataforma	3+
VIRTUAL TENNIS: WORLD TOUR PLATINUM	PSP	Deportes	3+
MEDIEVAL II: TOTAL WAR	PC	Estrategia	16+
SONIC THE HEDGEHOG	XBOX360	Plataforma	12+
YAKUZA	PS2	Acción/Combate	18+
SONY COMPUTER ENTERTAINMENT	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
BUZZ! EL GRAN RETO + BUZZER CONTROLLERS	PS2	Innovación	3+
TOURIST TROPHY	PS2	Carreras/Rally	3+
DAXTER	PSP	Plataforma	7+
EYE TOY: PLAY SPORTS + CAMARA	PS2	Innovación	3+
SINGSTAR EDAD DE ORO DEL POP ESPAÑOL + 2 MICROFONOS	PS2	Innovación	12+
TAKE TWO INTERACTIVE	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
NBA 2K7	PS2	Deportes	3+
GRAND THEFT AUTO: VICE CITY STORIES	PSP	Acción/Combate	18+
CANIS CANEM EDIT	PS2	Acción/Combate	16+
EL CODIGO DA VINCI	PS2	Aventura	16+
GRAND THEFT AUTO: LIBERTY CITY STORIES	PS2	Acción/Combate	18+
THQ	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
CARS	PS2	Aventura	3+
BRATZ: FOREVER DIAMONDZ	NINTENDO DS	Aventura	3+
TITAN QUEST	PC	Acción	12+
WWE SMACKDOWN! VS. RAW 2007	PS2	Acción/Combate	16+
SAINTS ROW	XBOX360	Acción/Combate	18+
UBI SOFT	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
HEROES OF MIGHT & MAGIC V CODEGAME	PC	Aventura	12+
PIRATAS DEL CARIBE: LEYENDA DE JACK SPARROW	PS2	Aventura	12+
PRINCE OF PERSIA TRILOGY	PS2	Aventura	16+
TOM CLANCY'S SPLINTER CELL ESSENTIALS	PSP	Aventura	16+
TOM CLANCY'S GHOST RECON: ADVANCED WARFIGHTER	XBOX360	Acción/Combate	16+
VIRGIN PLAY	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
TORRENTE 3: EL PROTECTOR	PS2	Acción/Combate	18+
EVOLUTION GT	PS2	Carreras/Rally	3+
TAITO LEGENDS 2 XPLOSIV	PS2	Acción/Combate	7+
RATONPOLIS	NINTENDO DS	Plataforma	3+
HAPPY FEET	NINTENDO DS	Aventura	3+
VIVENDI UNIVERSAL GAMES	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
ICE AGE 2 : EL DESHIELO	PS2	Aventura	3+
WORLD OF WARCRAFT (EN CASTELLANO)	PC	Aventura	12+
ERAGON	PS2	Aventura	16+
LA LEYENDA DE SPYRO: UN NUEVO COMIENZO	PS2	Aventura	7+
SCARFACE: THE WORLD IS YOURS	PS2	Acción/Combate	18+

REPARTO DEL MERCADO DE VIDEOJUEGOS A NIVEL MUNDIAL

El mercado mundial del videojuego podría crecer hasta los 46.000 millones de dólares en 2010, desde los 27.000 millones de dólares en 2005, acercándose al 11,4 por ciento anual según el informe *“Global Entertainment and Media Outlook: 2006-2010”* elaborado por PricewaterhouseCoopers.

Las nuevas consolas y los dispositivos de mano impulsarán el mercado de los videojuegos en los Estados Unidos, Europa, Asia y Canadá, mientras que la introducción de nuevos modelos de teléfonos, capaces de descargar juegos, acelerará el mercado inalámbrico.

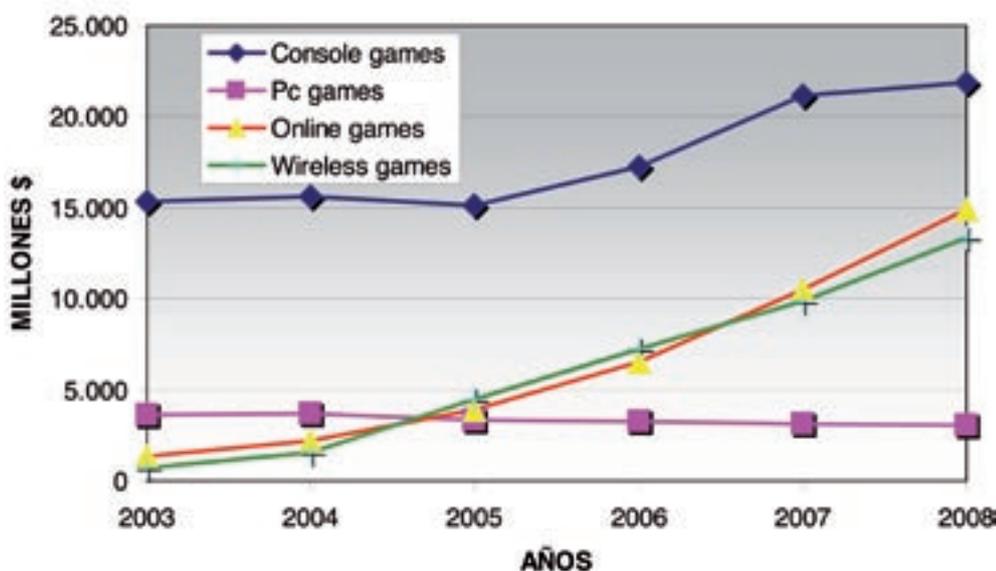
Los datos de la consultora predicen que la industria multimedia y de entretenimiento crecerá a un 6,6 por ciento anual gracias a la banda ancha, a la expansión de redes inalámbricas y a los nuevos componentes tecnológicos, cada vez más sofisticados, que permitirán jugar en escenarios cada vez más realistas y con mayores posibilidades.

Por zonas geográficas, los mayores consumidores de juegos electrónicos continuarán siendo Norteamérica, Europa y Japón, que representan actualmente el 90% de las ventas totales de la industria; sin olvidar otras zonas del globo que, pese a disponer de menores ingresos, se configuran como un público en crecimiento constante.

25

Según otro informe realizado por Deloitte, 2006 será uno de los mejores años para el mercado mundial del videojuego. De los consumidores potenciales de esta forma de entretenimiento en el futuro próximo, gran parte de ellos se estima que serán mujeres, dada la importancia que su interés por el videojuego les confiere como nuevo segmento de mercado.

MERCADO DE VIDEOJUEGOS MUNDIAL 2003-2008 (ESTIMADO)



Fuente: OECD, adaptado de PWC.

EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE VIDEOJUEGOS EN EUROPA

La llegada de las consolas de nueva generación –PS3, Xbox 360 y Wii- marca el inicio de una nueva etapa para el desarrollo de videojuegos en Europa, basada en la innovación, el lanzamiento de nuevos productos y el incremento de la cuota de mercado. Las posibilidades técnicas de este nuevo tipo de consolas abren las puertas al desarrollo de nuevos títulos de forma que la industria europea del videojuego podría convertirse en el mayor mercado de entretenimiento del continente.

REINO UNIDO

Durante el año 2006 la BBFC (British Board of Film Classification) realizó una investigación para dilucidar los aspectos que más atraían a los consumidores de videojuegos, así como para explicar sus preferencias sobre determinados tipos de juego.

Los resultados mostraron cómo el universo de los videojuegos es mayor año tras año, bien porque el número de adultos jugadores crece de forma constante, bien porque cada vez es más temprana la edad en que se inicia el consumo de esta forma de ocio. Con estos datos, no es difícil imaginar que lo más frecuente en aquellos hogares donde hay jugadores es la existencia de varios tipos de consolas instaladas en la sala de estar o en la habitación de los niños.

Las nuevas videoconsolas se han convertido en los nuevos objetos de deseo de los videojugadores. El aparente dominio de la PS2 se resintió con la llegada de la Xbox 360, en parte debido a su mejor capacidad para Internet, aunque de nuevo la PS3 gana posiciones como regalo más deseado por parte de niños y adultos. Por tanto, Sony y Microsoft se consolidan en este país como las dos compañías a la cabeza de los proveedores de consolas, seguidas por Nintendo quien, a la vista del consumidor, ha optado por seguir una estrategia diferente.

Por otra parte, la gran variedad de consumidores provoca la existencia de distintos gustos, lo que se traduce en una gran cantidad de juegos donde elegir. Entre los más pequeños triunfan aquellos juegos que pueden jugarse en compañía de amigos, de manera que se puedan disfrutar en los hogares de unos y otros. Estos mismos juegos también despiertan el interés de los adultos aunque, entre estos últimos, existe una mayor diversificación de títulos.

Respecto a los patrones de uso, éstos son muy variados. Los jugadores individuales difieren bastante acerca de cuándo y

durante cuánto tiempo juegan a videojuegos, dependiendo de lo que esté sucediendo en sus vidas en ese momento, de su humor y del tipo de juego, especialmente si se trata de uno nuevo o no. En consecuencia, los diferentes juegos muestran diferentes formas de jugar y los diferentes jugadores, diferentes preferencias. Por ejemplo, la mayoría de los jugadores jóvenes juega contra el ordenador en solitario; pero a los hombres que juegan a juegos de deportes, en cambio, les gusta compartir la partida con más jugadores, contra un competidor o bien en grupos; mientras, aquellos que prefieren jugar a videojuegos online están encantados de compartir su aventura con cientos o miles de personas a la vez.

En lo que se refiere al género, en términos generales, las mujeres son más tranquilas y eligen juegos de estrategia o puzzles, mientras que los hombres optan por aquellos que resultan más excitantes y arriesgados, como los videojuegos deportivos o los de acción.

Las razones para elegir un juego u otro son varias, aunque todos coinciden en señalar la diversión como razón principal, así como el entretenimiento que el videojuego supone para pasar el tiempo, frente a otras actividades como ver la televisión, ir al cine, jugar a un juego de mesa o la lectura.

Otro aspecto importante que los jugadores destacan en el consumo de videojuegos es el escapismo, ya que esta forma de ocio ofrece una forma de escapar de la vida diaria. Los consumidores reconocen que jugar a videojuegos les ayuda a olvidar sus preocupaciones, convirtiéndose en elementos relajantes y desestresantes, por encima de otras opciones más pasivas como por ejemplo ver la televisión. Reconocen que los videojuegos les permiten hacer cosas que no podrían o no harían en la vida real, pues en el juego pueden jugar a ser quien no son al tratarse de situaciones, en su opinión, más predecibles y más controlables por ellos mismos, que aquellas que tienen lugar en la vida cotidiana.

Según los videojugadores participantes en la investigación: *“Los videojuegos ofrecen una posibilidad de aventura sin riesgo ya que, pase lo que pase, siempre es posible comenzar de nuevo sin que nadie resulte herido”.*

En este contexto, el Primer Ministro británico, Tony Blair, ha destacado la positiva y rápida evolución del sector del videojuego en su país, especialmente en campos como la autorregulación y clasificación de los contenidos. Para Blair el sistema de autorregulación actualmente en vigor, el conocido como código PEGI, es totalmente válido y aceptado como herramienta de control del contenido de los videojuegos.

ALEMANIA

El mercado alemán de videojuegos continúa como segundo en importancia en Europa, tras el Reino Unido. La industria alemana destaca especialmente en la producción de juegos de simulación ya que a los alemanes les gustan especialmente los juegos de construcción y estrategia.

FRANCIA

El tercer lugar en el ranking del mercado de videojuegos europeo le corresponde a Francia. Destacan en este país las medidas puestas en práctica por parte del gobierno francés, encaminadas a potenciar la industria del videojuego. Actualmente, Francia alberga grandes empresas del sector como Vivendi Games, Ubisoft o Infogrames, además de otras muchas con sede en el país.

A finales de 2006, su ministro de cultura por aquel entonces, Ronald Donnedieu de Vabres, realizó una entrevista para el diario International Herald Tribune en la que puso de manifiesto que los videojuegos constituyen una forma de expresión artística totalmente equiparable a otras manifestaciones como el cine o la música que, a diferencia de los videojuegos, sí cuentan con un apoyo económico. Según Donnedieu, los videojuegos deberían ser tratados de la misma forma ya que son *“una forma de expresión artística que implica en su desarrollo a guionistas, diseñadores y directores”.* En sus propias palabras: *“La gente ha despreciado los videojuegos durante mucho tiempo pasando por alto su valor creativo y cultural”.*

FINLANDIA

En el contexto europeo del videojuego para el año 2006 es muy destacable la presencia de este país ya que el Parlamento Finlandés ha sido el primero en reconocer completamente la clasificación propuesta por el sistema PEGI (Pan European Game Information) en su legislación, como código oficial para la regulación de los contenidos en videojuegos por lo que, a partir del 1 de enero de 2007 todas las categorías de edad del PEGI habrán de figurar necesariamente en todos los videojuegos vendidos en Finlandia.

Este reconocimiento ha sido interpretado de forma muy positiva por la industria paneuropea del videojuego pues establece un precedente a seguir en un momento en el que numerosas asociaciones públicas y privadas en toda Europa abogaban por un sistema de protección eficaz para los menores en los distintos ámbitos audiovisuales. Además, la incorporación del PEGI a un sistema legislativo evidencia la capacidad de este código de autorregulación para articularse eficientemente con las legislaciones nacionales, sobre una base europea armonizada.

El código PEGI es el primer sistema pan-europeo para la regulación de los contenidos digitales. Ha sido desarrollado por la Federación de Software Interactivo de Europa, ISFE (Interactive Software Federation of Europe) y actualmente es acatado, de forma voluntaria, por la industria del videojuego de 27 países europeos. El objetivo del PEGI es proporcionar a los consumidores, fundamentalmente a los padres y educadores, información sobre el contenido de los distintos videojuegos, así como sobre la edad más recomendable para su consumo.

EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE VIDEOJUEGOS EN NORTEAMÉRICA

Según estimaciones de la ESA (Asociación de Software de Entretenimiento de EEUU) las ventas de videojuegos crecieron un 6% en 2006, llegando a los 7,4 billones de dólares y triplicando prácticamente los datos obtenidos durante el año 1996. Las ventas de programas informáticos de juegos electrónicos alcanzarán en Estados Unidos los 15.000 millones de dólares y la industria contará con más de 250.000 empleos altamente calificados para 2010 (en la actualidad 144.000 personas tienen un trabajo a tiempo completo en este sector).

Durante el año 2006 la Asociación de Software de Entretenimiento, ESA, presentó ante un tribunal federal una demanda para que se retirara la nueva ley de videojuegos aprobada en Oklahoma, que pretendía regular la venta de videojuegos en el estado de Michigan. Dicha ley, conocida como SB416, fue finalmente declarada inconstitucional y nunca entró en vigor al considerar el juez la falta de relación demostrada científicamente entre la violencia en los videojuegos y en la vida real.

ACERCA DE ESA

La Entertainment Software Association (ESA), constituida en 1994, es la asociación de la industria del videojuego para consolas, PC e Internet en los EEUU. Las compañías miembros de la asociación representan más del 90% del mercado estadounidense de videojuegos.

Según datos de la ESA, los beneficios obtenidos por la industria del videojuego en los Estados Unidos durante el año 2006 superaron los 7,4 billones de dólares, cantidad a la que habría que sumar un porcentaje más en concepto de exportaciones.

Además de la recopilación de datos sectoriales de la industria del videojuego en EEUU, la ESA también se encarga de la gestión de programas de piratería, de la realización de estudios de mercado, así como de la representación de la industria norteamericana a nivel local e internacional.

LISTA DE LOS 10 VIDEOJUEGOS MÁS VENDIDOS EN USA DURANTE 2006

(Fuente: NPD)

	TÍTULO	LANZAMIENTO	PLATAFORMA	VENTAS
1	Madden NFL 07	Agosto	PS2	+ de 1,8 mill.
2	New Super Mario Bros.	Mayo	Nintendo DS	+ de 1,5 mill.
3	Kingdom Hearts II	Marzo	PS2	+ de 1,5 mill.
4	Gears of War	Noviembre	Xbox 360	+ de 1 millón
5	Tom Clancy's Ghost Recon: Advanced Warfighter	Marzo	Xbox 360	+ de 913.000
6	Final Fantasy XII	Noviembre	PS2	+ de 895.000
7	Grand Theft Auto: Liberty City Stories	Junio	PS2	+ de 860.000
8	NCAA Football 07	Julio	PS2	+ de 849.000
9	Madden NFL 07	Agosto	Xbox 360	+ de 826.000
10	Brain Age: Train Your Brain in Minutes a Day!	Abril	Nintendo DS	+ de 792.000

EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE VIDEOJUEGOS EN EL PACÍFICO Y ASIA

JAPÓN

A finales de 2006 Japón anunció una lista con los 100 ejemplos mediáticos más representativos de dicho país, elaborada a partir de un proyecto del Ministerio de Cultura Japonés, conocido como Media Arts Plaza.

La lista se componía de cuatro categorías: arte, entretenimiento, animación y manga, a cada una de las cuales le correspondía aportar 25 elementos. Más de la mitad de la categoría de entretenimiento estuvo compuesta por títulos de Game Boy, DS, NES y PlayStation 1 y 2 para videojuegos, extraídos a partir de las votaciones vía web del pueblo japonés, así como de las opiniones de artistas, editores y críticos.

Los juegos seleccionados como más votados fueron Super Mario Bros., Space Invaders, Final Fantasy VII, Puyo Puyo, Pokemon, Metal Gear Solid y Dragon Quest I, III y V.

CHINA

Según los datos publicados por la empresa investigadora de mercado Pacific Epoc, con sede en China, los videojuegos desarrollados en occidente no atraen a las personas del país asiático, al mismo tiempo que la falta de experiencia en la industria china de desarrollo de videojuegos impide que las compañías locales alcancen la profundidad técnica de los productos extranjeros.

Según este informe, en China son abundantes los juegos de rol multijugador de carácter local, más rápidos y baratos de crear que sus competidores extranjeros pero que, sin embargo, tienden a atraer a pocos jugadores en su escaso tiempo de vida, lo que obliga a las compañías a producir nuevos juegos a menudo muy similares a los anteriores.

De ahí, la importancia que están adquiriendo algunos juegos de acción que, como World of Warcraft, han sido capaces de traspasar fronteras, alcanzando elevados niveles de éxito en el país chino. A pesar de su creciente audiencia, es escaso el número de títulos capaces de lograr esta hazaña, lo que sugiere que hay espacio en el mercado oriental para más juegos en esta línea que al parecer tanto gusta a los consumidores chinos.

- Durante el año 2006 China lanzó un plan de formación para talentos en programación y diseño de videojuegos online, un gremio escaso de profesionales a juicio del Gobierno, según las informaciones del portal de noticias "Chinaview". En este sentido, el Ministerio de Industria de la Información designó al Instituto de Tecnología Huizhongyizhi como laboratorio de entrenamiento para los futuros profesionales del sector de juegos en red.

La Academia China de Ciencias Sociales pronosticó recientemente que el volumen de mercado de los videojuegos en China alcanzaría los 8.030 millones de yuan (1.004 millones de dólares, 785 millones de euros) en 2006.

A través del programa, el gigante asiático busca mejorar su capacidad de desarrollo en el sector para así poder competir con aquellos productos importados de Estados Unidos, Japón y Corea del Sur, que actualmente dominan el mercado chino.

COREA

Con una penetración del 79% en el uso de computadores, más de 20 mil cibercafés y 12 millones de hogares –de un total de 15 millones- conectados a través de banda ancha, la industria de los videojuegos en Corea del Sur se ha transformado en la de más amplio crecimiento a nivel mundial.

Según los resultados ofrecidos por la consultora Pearl Research, el mercado de los videojuegos en este país superará los dos mil millones de dólares en 2007, dado el fácil acceso existente al entretenimiento electrónico. Entre otros datos, el estudio determinó que sólo el mercado de los juegos en línea para PC podría representar más de mil doscientos millones de dólares en 2006. De acuerdo con la investigación, el sector de más rápido crecimiento es el móvil que, basado en tres compañías de telecomunicaciones y avanzadas plataformas de juegos 3D, debería superar los 275 millones de dólares.

ALGUNOS DATOS DE LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO

ENERO 2006

- La empresa española de videojuegos para móviles eBrain firma varios acuerdos con multinacionales distribuidoras en Gran Bretaña, Holanda, Portugal, Polonia, y varios países asiáticos. Además, eBrain es una de las primeras empresas españolas dedicadas al desarrollo de videojuegos para móviles que ha conseguido asociarse con las tres operadoras de telefonía móvil en nuestro país.

MARZO 2006

- En marzo THQ anuncia la adquisición del estudio de desarrollo Vigil Games, con sede en Austin (Texas), que tendrá como primer proyecto The Darksiders, con la dirección creativa de Joe Madureira, conocido por su trabajo en Marvel Comics.

- Tras anunciar meses atrás el desarrollo de una propiedad conjunta dirigida a niños y niñas, Microsoft Game Studios y 4Kids Entertainment dan a conocer las características de su proyecto. Se trata de Viva Piñata, un mundo de animación a partir del que se ha creado una serie televisiva en 3D y un videojuego exclusivo para el sistema Xbox 360.

- 2K Games, sello editorial de Take-Two Interactive Software, y la Twentieth Century Fox anuncian un acuerdo exclusivo para desarrollar y publicar videojuegos basados en la serie televisiva Padre de Familia. Desarrollado por High Voltage Software, Inc., Padre de Familia incluirá el estrafalario humor de los guionistas de la serie y un estilo de juego de acción y aventuras que se centrará en el adorable tontorrón Peter Griffin, su hijo Stewie y Brian, su perro parlante y bebedor de Martinis.

ABRIL 2006

- Virgin Play, empresa española distribuidora y editora de software de entretenimiento, firma un acuerdo con D3Publisher of Europe, Ltd., subsidiaria de D3Publisher, con central en Tokio. D3P Europe está estratégicamente focalizada en licencias y títulos originales de desarrolladores líderes, dirigidos al público masivo principalmente.

- Intel Corporation anuncia el lanzamiento de “Intel Viv Technology”, una plataforma de cómputo para el uso de música, video, audio y videojuegos. Esta tecnología podrá ser trasladada a computadoras portátiles, palms y teléfonos móviles, entre otros.
- I-play, compañía de videojuegos para móviles, informa de su acuerdo con la desarrolladora y editora de juegos casuales online iWin para editar en nuestro país tres títulos super-ventas para telefonía móvil. Los títulos de iWin están dirigidos en un 65% al público femenino, y suponen una buena parte del catálogo de I-play dirigido a los jugadores casuales. Los nombres de los nuevos juegos serán: Big Kahuna Ref., Inca Quest y Ricochet.
- La Agencia Internacional ISAN (ISAN-IA) anuncia que “ISAN Video Games Schema”, nuevos metadatos descriptivos, se han vinculado al estándar ISAN, lo que permite a la industria del videojuego identificar con precisión y constancia cada uno de sus trabajos. El nuevo esquema ISAN permite a los editores de videojuegos registrar metadatos que incluyen sistemas de evaluación de contenido, lo que les permite proporcionar a los consumidores y especialmente a los padres nuevas y mejores formas de evaluar sus opciones de visionado para sí mismos y sus familias.
- Los consejos directivos de la Asociación de Comerciantes de Entretenimiento Interactivo (IEMA) y la Asociación de Vendedores de Software de Video (VSDA), principales asociación de vendedores de videojuegos en EEUU, acuerdan fusionarse en una única asociación que representará a todos los vendedores y distribuidores de productos de vídeo y videojuegos.

MAYO 2006

- En mayo THQ anuncia la adquisición de la franquicia Stuntman y del estudio encargado de su desarrollo Paradigm Entertainment.
- Take Two Interactive Software, Inc. anuncia la apertura de un nuevo estudio de desarrollo del sello 2K en Shanghai, China. El nuevo estudio desarrollará nuevos títulos originales y también co-desarrollará una serie de productos con otros estudios 2K en el mundo. Además, actuará como un centro neurálgico que propiciará nuevas oportunidades para el desarrollo y la subcontratación en China.

- Atari adquiere los derechos online y de dispositivos portátiles del famoso videojuego Earthworm Jim. El acuerdo de licencia de cinco años concede a Atari todos los derechos de todos los copyrights, marcas registradas, nombres y personajes asociados con este videojuego caracterizado por su humor, animaciones de primera calidad, gráficos en 3D y graciosos sonidos.
- Al Lowe, autor de la conocidísima saga Leisure Suit Larry, vuelve al mundo de los videojuegos fundando un nuevo estudio junto con Ken Wegrzyn, productor de software.
- Walt Disney autoriza a Shanda Interactive, el mayor operador de videojuegos en línea de China, a utilizar sus personajes para desarrollar nuevos juegos para el mercado chino.



Fuente: Licencias de Actualidad

JUNIO 2006

- La empresa norteamericana Apple podría estar contratando a desarrolladores de videojuegos, los cuales estarían dirigidos por el ex director de LucasArts, Mike Lampell. Lo que aún no está claro es si los juegos irán dirigidos a los ordenadores o al exitoso reproductor multimedia iPod, descargándose a estos últimos mediante los servicios iTunes.
- La compañía de computación Commodore, tras cerrar a mediados de los 90 a causa de problemas administrativos y financieros, anuncia su vuelta. Reemprenderá el negocio de los videojuegos junto con The Content Factory bajo el nombre de Commodore Gaming. No han especificado proyectos pero, por el momento, dejan entrever su interés por trabajar en el área de videojuegos para móvil.

AGOSTO 2006

- Square Enix anuncia su entrada en el mercado de hardware para videojuegos. La editora japonesa unirá sus fuerzas con las de la experimentada Taito para la realización de un nuevo producto, que no han querido desvelar. Taito, compañía que fue absorbida por Square Enix en septiembre de 2005 tiene experiencia en la fabricación de máquinas arcade y hardware basado en PC. La competencia estará atenta a los próximos movimientos de Square Enix en este sector, ya que después de la fusión de las antiguas Squaresoft y Enix, ésta se ha convertido en una de las empresas de mayor poder económico y más influencia de todo Japón.
- América Online (AOL), una de las compañías más importantes de Internet en Estados Unidos adquiere el portal de noticias y críticas GameDaily, con el objeto de expandir sus servicios e información en línea.
- Índigo, una joven empresa ovetense de ingeniería digital, se encuentra inmersa en la creación del primer videojuego creado en Asturias que pretende lanzarse mundialmente. Los obstáculos que quedan por salvar son sólo económicos, ya que la compañía precisa de un inversor final que dé el empujón final a la última fase del proyecto.

SEPTIEMBRE 2006

- Buena Vista Games (Disney Interactive Studios) adquiere el estudio británico Climax Racing, responsable de la famosa saga de PC, Xbox y Xbox 360, MotoGP. Ninguna de las partes ha querido facilitar las cifras exactas de la operación, pero se estima que esta última se sitúa entre los 20 y los 50 millones de dólares. El estudio, al frente del cual estará su cofundador Tony Beckwith, se convierte en el tercer estudio interno de Disney Interactive Studios, tras Avalanche Software y Propaganda Games, y primero ubicado en Europa.
- Sega Europe Ltd., ha hecho pública la apertura de su nueva oficina en Madrid, que supone el reconocimiento al crecimiento y potencial del mercado español. El retorno de la emblemática empresa nipona obedece a la estrategia de consolidación de Sega como uno de los principales editores en la nueva generación de plataformas de entretenimiento electrónico.
- La compañía Microsoft pone a disposición del público

la beta de XNA Game Studio Express, una herramienta dirigida a los creadores novatos interesados en desarrollar juegos para Windows XP y Windows Vista. Según informó la compañía, XNA Game Studio Express pretende establecer un programa de desarrollo de juegos en manos de todo tipo de públicos, incluyendo aficionados, estudiantes y desarrolladores independientes, con la esperanza de dar una inyección de energía a la creatividad de la industria electrónica del entretenimiento.

NOVIEMBRE 2006

- Disney Interactive Studios, la compañía de entretenimiento interactivo de The Walt Disney Company, anuncia la creación de un nuevo estudio de desarrollo de videojuegos. Con sede en Salt Lake City (EEUU), el objetivo de Fall Line Studio es el desarrollo de videojuegos basados en los personajes de Disney, series de televisión y otras propiedades de entretenimiento, además de la creación de propiedades intelectuales originales. Fall Line Studio operará de manera conjunta con el estudio Avalanche Software, de Buena Vista Games.
- Electronic Arts anuncia de manera oficial el lanzamiento de EA Link, un software descargable gratuito que ofrece a los usuarios la posibilidad de descargar los videojuegos de PC que lance la compañía norteamericana. El primero de estos juegos disponibles fue la última entrega de su conocido arcade de velocidad, Need for Speed Carbono. EA Link proporciona además acceso a los extras de diversos videojuegos, demos jugables, trailers, fondos de pantalla y bonus extra.
- Microsoft anuncia que actualizará su plataforma de juegos Xbox 360 de forma gratuita a través de Internet, para permitir, entre otras cosas, una resolución de 1.080 pixels considerada alta definición. La actualización incorpora 85 características nuevas y se puede descargar a través de una cuenta Xbox Live.

DICIEMBRE 2006

- THQ consiguió hacer de Cars el videojuego infantil más vendido de 2006 y lo llevó al cuarto lugar de los más vendidos del año.
- Warner Bros. Home Entertainment Group suscribe un acuerdo de distribución de videojuegos con Codemasters, Inc. para la distribución y venta de su gama de productos en Norteamérica a partir de abril de 2007.

- Ubisoft presenta UBI/art/, una nueva marca comercial que reúne los productos derivados de los videojuegos de esta compañía: camisetas, muñequitos, peluches, libros de arte, pósters, etc. La principal intención de este nuevo soporte es la de trasladar el valor artístico de los videojuegos a otros formatos para satisfacer a los seguidores de los juegos de la compañía y a los jugadores esporádicos.
- Sony firma un acuerdo con Nissan para que el fabricante de coches pueda ayudar a mejorar los recursos y la simulación de la mecánica de los vehículos en sus videojuegos.
- Proein anuncia el acuerdo de distribución al que ha llegado con la compañía de desarrollo y edición de videojuegos austriaca Jowood. Entre los primeros títulos

que Proein comercializará en nuestro país, bajo los términos de este acuerdo están: The Mark, un juego de acción para PC que recrea una amenaza nuclear sobre Londres y Alpine Sky Racing 2007, basado en la Copa del Mundo de Esquí Alpino.

- Sony irrumpe en el negocio de la descarga de contenidos. La irrupción de Sony amenaza al iTunes de Apple, hasta ahora uno de los líderes de este negocio. Las ofertas estarán disponibles a través de sus consolas de videojuegos, PlayStation, y el servicio no requerirá la compra de una nueva máquina ni de software añadido para las ya existentes.

DATOS DEL SECTOR Sociológicos

SOCIOLOGÍA DEL VIDEOJUEGO EN EEUU

El videojuego está ampliamente extendido en Estados Unidos como forma de ocio, de manera que el 69% de los cabeza de familia reconoce practicar esta forma de ocio. La edad media del consumidor de videojuegos es de 33 años, habiendo sido jugador desde los 12 años, aproximadamente.

La edad media del comprador más frecuente de videojuegos ronda los 40 años y, en 2006, el 93% de los compradores de videojuegos para PC y el 83% de los compradores de videojuegos para consola superaban la edad de 18 años. Igualmente, el 87% de los consumidores de videojuegos por debajo de los 18 años aseguraron contar con el permiso de sus padres a la hora de alquilar o adquirir videojuegos mientras que un 89% afirmó que sus padres estaban presentes cuando ellos realizaban el acto de compra.

El 35% de los padres americanos reconoció comprar videojuegos y, de ellos, el 80% afirmó compartirlos con sus hijos y jugar juntos. El 66% confesó que, el hecho de jugar a videojuegos con sus hijos, había contribuido a estrechar sus relaciones familiares.

El 38% de los jugadores de videojuegos son mujeres en los Estados Unidos. De hecho, las mujeres con edad por encima de los 18 representan un significativo porcentaje de la población jugadora (un 30%), en comparación con los muchachos de 17 años o más jóvenes (un 23%).

El 44% de los jugadores de videojuegos reconocieron jugar también a juegos online una o más horas a la semana. Además se incrementa el consumo de videojuegos para móviles y otros dispositivos como PDA, pasando del 20% en 2002 al 32% en el último año.

Una encuesta realizada por Peter D. Hart de Research Associates mostró cómo el 47% de los padres jugadores en EEUU son en realidad “madres jugadoras”, que llegan a invertir hasta 19 horas de juego al mes.

Los videojuegos preferidos por ellas son los de cartas, con un 34% de popularidad; puzzles y tablero, con un 26%; deportes, con un 25%; acción, con un 20% y estrategia con otro 20%.



Fuente: Licencias de Actualidad

OTROS ESTUDIOS SOCIOLÓGICOS SOBRE EL CONSUMO DE VIDEOJUEGOS EN EEUU

EL ESTUDIO DE THE ASSOCIATED PRESS Y AOL

Según los datos obtenidos a partir de este sondeo millones de estadounidenses ya no usan la televisión para entretenerse, sino los juegos electrónicos. Así pues, el estudio mostró cómo el 40% de los adultos estadounidenses juegan a juegos de computadora o de consolas, siendo los hombres, los adultos jóvenes y los miembros de las minorías los más proclives a usar los videojuegos.

Entre quienes se describen como usuarios cotidianos de videojuegos, el 45% juega a través de Internet. Por encima de la tercera parte de los jugadores en línea gastaron más de 200 dólares el año pasado en juegos, cuatro veces la cantidad que gastan aquellos usuarios que no juegan en línea.

LOS DATOS DE LA CONSUMER ELECTRONICS ASSOCIATION NORTEAMERICANA

Según estos datos, un tercio de los jugadores adultos de EEUU gasta como media a la semana diez o más horas frente a su consola o PC, más del doble del 11% de los adolescentes que consumen un tiempo similar en videojuegos, con una diferencia que crece significativamente respecto a los últimos años.

Entre los jóvenes, la edad con mayor tendencia de juego se sitúa entre los 12 y los 14 años, existiendo un descenso en el intervalo de los 15 a los 17 años, ya que en estas edades el estudio y las relaciones sociales permiten menos tiempo de ocio electrónico, y se suele jugar más con el móvil.

El PC sigue siendo la principal plataforma de juego adulta y la menos elegida por los adolescentes, quienes a día de hoy componen la mayoría de juego portátil. A su vez, el juego online parece atraer más a los adolescentes que a los mayores, con un espectacular incremento entre las chicas.

EL ESTUDIO DE HARRIS INTERACTIVE.

Harris Interactive realizó un estudio en el que participaron 1.300 adultos de Estados Unidos para confirmar el uso de los juegos en los mayores. Los porcentajes dieron las siguientes cifras: el 70% de los usuarios de videojuegos son mujeres mayores de 40 años; el 67% juega al menos 4 veces por semana; el 60% prefiere jugar antes que hablar por teléfono; y el 50% prefiere jugar a ver una película o cocinar. Entre los hombres de más de 40 años, el 67% prefiere jugar a arreglar el coche y el 68% prefiere una partida de videojuegos antes que hablar por teléfono.

Para una gran parte de la población adulta estadounidense los videojuegos son una manera de aislarse de la vida acelerada y relajarse jugando una partida de cualquier título que ofrezca el mercado.



Fuente: Licencias de Actualidad

SOCIOLOGÍA DEL VIDEOJUEGO EN ESPAÑA

La Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento –aDeSe– presentó en octubre de 2006 un nuevo Estudio de Hábitos y Usos de los Videojuegos, con el fin de dar a conocer el perfil actual del usuario de estos productos de entretenimiento.

Realizado por la consultora GfK Emer, el estudio muestra la creciente importancia del videojuego en nuestra sociedad, en la que el 20% de la población, unos 8,8 millones de españoles, declara jugar habitualmente a videojuegos en sus distintas plataformas: PC, consola, online o dispositivos móviles. Del total de jugadores, un 62,5% son hombres y un 37,5% mujeres, consolidándose la presencia de estas últimas que afianzan su representatividad como usuarias de videojuegos.

Los resultados indican cómo entre los consumidores habituales de videojuegos se encuentra un porcentaje superior de adolescentes y adultos que de niños, con una edad media que oscila entre los 14 y los 34 años, según la muestra general, y entre los 25 y los 34 años sólo para los jugadores de PC. En este contexto, casi el 70% de jóvenes y adultos no gasta más de cien euros al año en la adquisición de videojuegos; los que gastan más de esta cifra, consumen de media un cuarto de su presupuesto anual en videojuegos y 8 de cada 10 de ellos se siente satisfecho con la oferta actual de títulos que llevan a cabo las compañías.



HÁBITOS DE CONSUMO

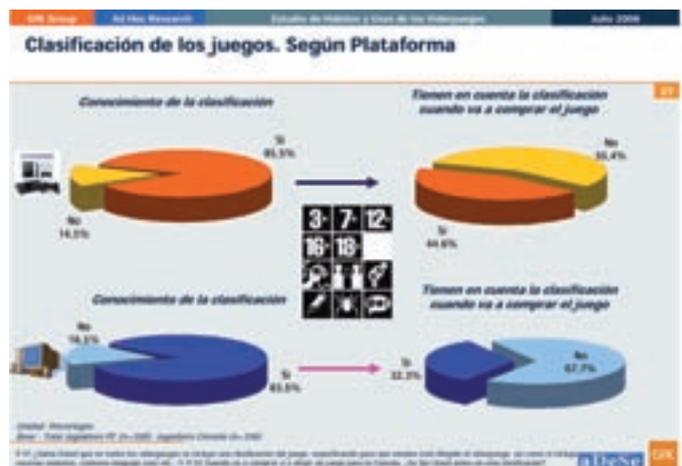
Si bien en torno al 20% de los jugadores reconoce jugar como mínimo 5 o 6 días por semana, la mayor parte de los usuarios de videojuegos, un 32,3% en el caso del PC y un 29,1% en el de las consolas, afirma jugar moderadamente, tan sólo una o dos veces a la semana. Los jóvenes y adultos destacan, ante todo, el entretenimiento que supone jugar a videojuegos, mientras que los niños señalan la diversión y los personajes como factor fundamental de uso.

En lo que se refiere al tiempo dedicado al uso de videojuegos, solamente un jugador de cada cuatro afirma reducir otras actividades de ocio para incrementar las horas dedicadas al juego. Por el contrario, casi la mitad de los jugadores considera que ha incrementado el tiempo dedicado a otras actividades de ocio, como actividades sociales o estudios, en detrimento de los videojuegos.

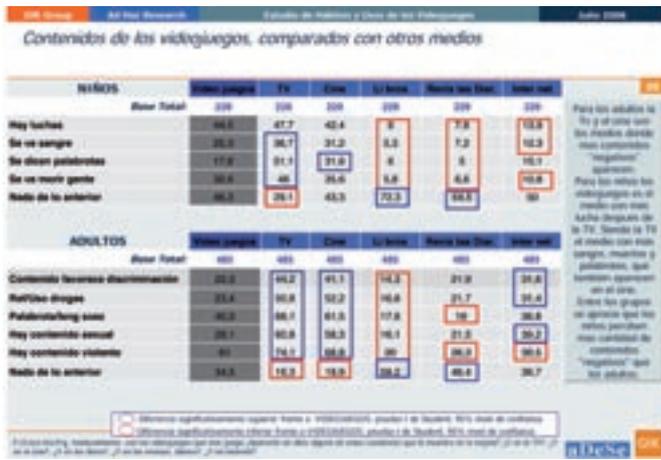


PREFERENCIAS DE USO

Según el estudio de GfK, los géneros favoritos de los videojugadores españoles son los de Coches y Carreras, Aventuras, Deportes y Acción. Entre los más rechazados figuran los de disparos y eróticos, en el caso de los hombres, y los de disparos y lucha entre las mujeres. Asimismo, se pone de manifiesto el conocimiento cada vez más amplio del código de autorregulación por edades, PEGI, entre los usuarios de videojuegos: El 85,5% de los jugadores de consola y el 83,5% de los de PC afirmaron conocer este sistema de clasificación de videojuegos, actualmente en vigor en 27 países europeos.



A la hora de decantarse por un videojuego, los consumidores valoran en primer lugar el número de pantallas, seguido de la historia y argumento del juego, y el precio del mismo. Respecto a los contenidos, los adultos entrevistados opinan que son la televisión y el cine los medios donde más contenidos "negativos" aparecen. En el caso de los niños, consideran la televisión como el medio donde más sangre, muertos y palabrotas pueden ver y escuchar, seguida del cine.



OTROS ESTUDIOS SOCIOLÓGICOS SOBRE EL CONSUMO DE VIDEOJUEGOS

LA ENCUESTA SOBRE VIDEOJUEGOS DE EBAY.

Los andaluces destacan como los españoles más “adictos” a los videojuegos, seguidos de cerca por madrileños y catalanes. Por el contrario, casi la mitad de los vascos afirma no jugar diariamente con juegos electrónicos, según los datos desprendidos de una encuesta sobre los gustos de los españoles en materia de videojuegos realizada por el portal de subastas eBay, donde también se revela que poco menos de la mitad de los españoles (el 40%) dedica casi dos horas diarias a los videojuegos.

Eso sí, la mayoría de ellos lo hace en su tiempo libre, ya que el 80% del total de los encuestados nunca ha jugado ni jugaría a los videojuegos mientras se encuentra en su lugar de trabajo. De hecho, el 25% de los encuestados afirma que, de tener algunas horas libres de manera inesperada, las ocuparía en los videojuegos, mientras que solamente el 13% las dedicaría a hacer deporte y una mínima parte (el 4%) a leer.

En cuanto a la parte de su presupuesto mensual que destinan a este hobby, los catalanes son los más consumistas, junto con los andaluces, ya que en ambas comunidades casi la mitad de los encuestados destinan entre 10 y 15 euros cada mes a la compra de videojuegos. En cuanto al gasto medio, eBay descubre que más de una tercera parte de los usuarios gasta entre 50 y 100 euros al mes; mientras, el 65% hace un

JUEGOS ONLINE Y EN MÓVILES

El 89% de los jugadores de consola no juega actualmente a videojuegos online, y lo mismo sucede en el caso de los jugadores de PC (65,5%), que aún no se han lanzado definitivamente a esta nueva forma de jugar. Entre los que sí juegan online, lo que más gusta es poder relacionarse con otras personas así como competir con multijugadores y jugadores desconocidos. Asimismo, el estudio indica que los favoritos de estos jugadores son los juegos de estrategia, disparos y rol.

El 13,1% de los entrevistados manifestó jugar con videojuegos en el teléfono móvil, con una media de 4,7 juegos descargados en el último año. Los géneros más utilizados para móvil son los de Coche / Carreras, Deportes, Aventuras y Acción.

gasto inferior a los 50 euros mensuales, lo que equivale a la compra de menos de un videojuego al mes.

Cada vez existen más marcas y modelos de videojuegos, por lo que los españoles cambian habitualmente de consola. Cuando la videoconsola se vuelve antigua, la mayor parte de los encuestados (35%) vende sus videojuegos a través de Internet.



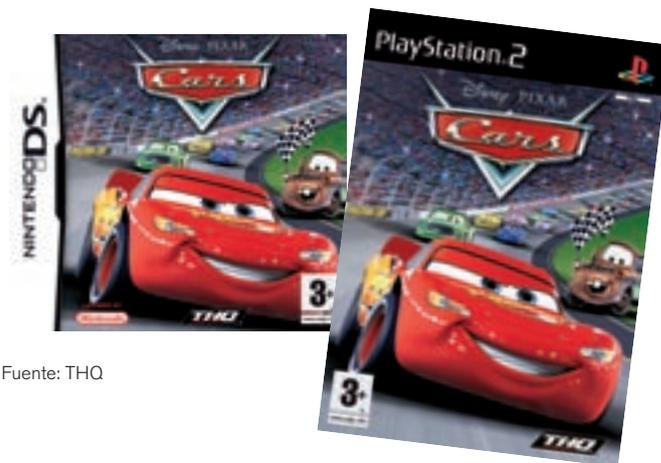
Fuente: Licencias de Actualidad

II SEMINARIO INTERNACIONAL SOBRE VIDEOJUEGOS DE LA UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID.

Una de las principales conclusiones de este seminario puso de manifiesto que el videojuego, lejos de acabar con la familia, mantiene o mejora la vida en el hogar. Según los datos aportados, un 96% de los españoles afirma que la relación familiar se mantiene o ha mejorado gracias a este tipo de entretenimiento.

Además, el 53,8% de los menores de 6 años juega acompañado por amigos y familiares varias veces a la semana y, por su parte, los padres que son aficionados a los videojuegos dedican una cuarta parte del tiempo a jugar con la familia.

Los expertos académicos también aportaron datos que demuestran cómo, respecto a las conductas agresivas, no hay diferencias significativas entre los jugadores y los no jugadores. Los estudios específicos también han descartado claramente que los videojuegos generen adicción.



Fuente: THQ

ESTUDIO DE LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA Y DEL COLEGIO IRABIA DE PAMPLONA.

En él participaron escolares de varias ciudades españolas y los datos obtenidos revelan que los jóvenes prefieren otras pantallas de ocio más interactivas que la televisión, como los videojuegos, Internet o el teléfono móvil.

Si tuvieran que elegir entre la televisión e Internet, un 32% de los escolares optaría por el primer medio y un 38% por la red. Además, un 47% se decanta por los videojuegos mientras que el 34% elige la televisión, y un 40% se queda con el teléfono móvil frente al 37% que escoge la televisión. En el caso de los videojuegos, el 86% declaró jugar habitualmente, siendo sus temas preferidos la aventura y la acción.



Fuente: Mundo de Hoy



VIDEOJUEGOS Y MUJERES

RESULTADOS DEL ESTUDIO

“MUJERES Y VIDEOJUEGOS: HÁBITOS Y PREFERENCIAS DE LAS VIDEOJUGADORAS” DE LA UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID

EL ESTUDIO “MUJERES Y VIDEOJUEGOS” PARTIÓ DE 1.788 ENCUESTAS VÁLIDAS. EL NÚMERO DE USUARIAS QUE, VOLUNTARIAMENTE, RELLENARON LOS CAMPOS RELATIVOS A NOMBRE, APELLIDOS, TELÉFONO MÓVIL Y CORREO ELECTRÓNICO FUE DE 1.508 USUARIAS IDENTIFICADAS, DATOS QUE REPRESENTAN EL 84,35% DE LOS CASOS.

PRESENTADO POR LA UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID, EL ESTUDIO PUSO DE MANIFIESTO LAS SIGUIENTES CONCLUSIONES

- Las videojugadoras hacen uso de otras formas de ocio (televisión, cine, deportes, música, lectura) en muy similares proporciones a como lo hacen las no jugadoras.

Esta tendencia pulveriza el mito de los videojuegos como elemento cultural “aislado” de otras formas de ocio y “aislante” de otras actividades. La mujer ha integrado el videojuego en su tiempo de ocio en proporciones equitativas.

- Son los padres los que, en mayor medida, inician a sus hijas en este hábito mediante el regalo de un videojuego. Consecuentemente, deben ser responsables de su ocio y tener la información necesaria para el correcto desarrollo de esta afición.

Esta responsabilidad se agudiza si tenemos en cuenta que, en segundo lugar, son los hermanos los que inician en el uso del videojuego. Un poco más de la mitad de las mujeres (55,21%) se han iniciado en el ocio de los videojuegos a partir del préstamo o regalo de uno de ellos por parte de un familiar (hermanos, padres o familiares en general).

- Casi la mitad de las mujeres (47,93%) suele jugar contra la máquina, pero un poco más de la tercera parte (37,52%) juega con amigos o con familiares.

No obstante lo comentado anteriormente respecto al juego en solitario, llama la atención el relativamente elevado porcentaje de mujeres (casi dos de cada cinco) que prefieren compartir el ocio del videojuego con amigos y familiares. Así pues, en cierta medida, la videojugadora no ve mermada su sociabilidad por el condicionamiento del discurso narrativo del videojuego, evidenciando su carácter sociable.

El 2,85% de las jugadoras juega con desconocidos o desconocidas en la red. Por edades encontramos que la proporción de este sector aumenta según se incrementa la edad, desde el 0,9% de mujeres entre 7-13 años hasta alcanzar el 4,2% al llegar al rango de 35 años en adelante.

- Estos datos rompen con la corriente de alarmismo social que presenta a la mujer, especialmente a la joven, volcada en conexiones a Internet. Al menos respecto a los videojuegos.

PLATAFORMAS DE VIDEOJUEGOS

- El ordenador personal PC tiene mucha vida por delante como soporte de videojuegos entre las mujeres: casi tres cuartas partes de las mujeres (71,81%) elige jugar con un ordenador PC, siendo la reafirmación en el uso actual y futuro de las jugadoras muy elevada para el PC (75,1%). El porcentaje de mujeres que juegan con consola y piensan seguir haciéndolo sigue muy de cerca (68,84%) a los porcentajes de aquellas que juegan con su ordenador PC.

En este sentido poco más de la mitad de las encuestadas afirma que tiene la intención de adquirir una consola de tercera generación en el futuro (56,3%). Respecto a qué consola de tercera generación, las mujeres encuestadas se decantan de forma igualada por una PS3 (25,72%) o una Nintendo Wii (25,44%), antes que por la Xbox 360 (18,68%).

También hay que prestar especial atención a la evolución de los móviles como soporte que puede devenir en preferente en el futuro. Si bien es verdad que, según los datos recogidos en la encuesta, el teléfono móvil es el soporte en el que menos juegan actualmente las mujeres (34,78%), una de cada cinco entrevistadas afirma que piensa jugar con él en el futuro. Es más, cuanto más jóvenes son las encuestadas, más se reafirma el uso actual y futuro del móvil como plataforma de videojuegos, llegando a ser esta reafirmación máxima en el tramo comprendido de los 7 a los 13 años, en el cual dos de cada cinco apuestan por jugar con el móvil en el futuro.

40

EL CÓDIGO PEGI

- El código PEGI es una de las iniciativas europeas más serias en la catalogación de un soporte cultural, especialmente en lo que atañe a la explicitación de unos índices de referencia de confianza que ayuden a seleccionar las obras y a proteger el desarrollo evolutivo según edades y contenidos.

En este sentido, el código PEGI es más conocido por las videojugadoras (64,02%) que entre las no jugadoras (31,2%). Este dato es lógico: cuanto más se interesan por los videojuegos y más juegan, más oportunidad tienen de ver las portadas y las contratapas de las carcasas de los videojuegos, donde viene reflejada la catalogación PEGI.

El 84,3% de las videojugadoras declara que mira el código de edad recomendado por PEGI. Una alta proporción que apenas disminuye entre las no videojugadoras (el 86,5%). Esto indica que el código PEGI es conocido y visible, especialmente entre las videojugadoras.

PREFERENCIAS ENTRE LOS ACTUALES VIDEOJUEGOS PARA LA MUJER

- En cuanto a los géneros favoritos de las mujeres, sus preferencias son claras: arcade, aventura gráfica y simuladores. En esta línea, la lista resultante evidencia que el programa más citado es "Los Sims".

ORIENTACIÓN DE LOS VIDEOJUEGOS EN SU CONJUNTO

- Una de cada tres mujeres (36,32%) cree que los videojuegos están orientados al público masculino. El porcentaje de las que piensa que cada vez están más orientados al público masculino es mínimo (5,08%). Esto es, las mujeres en su conjunto no creen que los videojuegos estén orientados al público masculino.

Claro que el porcentaje de las que piensan que cada vez están más orientados al público femenino es también pequeño: 13,1%. La misma proporción, por cierto, que las que opinan que los videojuegos no tienen orientación en absoluto: 13,48%.

SEXISMO DISCRIMINATORIO EN LOS SOPORTES CULTURALES DE OCIO

- Un poco más de la mitad de las mujeres encuestadas afirma que donde ha visto más manifestaciones contra la dignidad de la mujer o, en general, discriminatorias hacia su género ha sido en televisión, tanto en sus programas (56,4%) como en la publicidad de los mismos (56,54%).

A continuación, las mujeres aprecian manifestaciones de sexismo, -en casi idéntica proporción pero a una clara distancia de la televisión- en el cine (15,38%) y en los videojuegos (15,27%). En literatura la apreciación de sexismo por parte de la mujer es casi marginal (3,41%).

Estos criterios se mantienen en igual proporción entre las videojugadoras y las no videojugadoras.

En otras palabras: una gran mayoría de mujeres (84,73%) considera que en los videojuegos en su conjunto no se visualiza una mayor discriminación hacia la mujer en términos relativos a otros soportes culturales. El resultado es similar respecto a la publicidad de obras literarias, videográficas y televisivas.

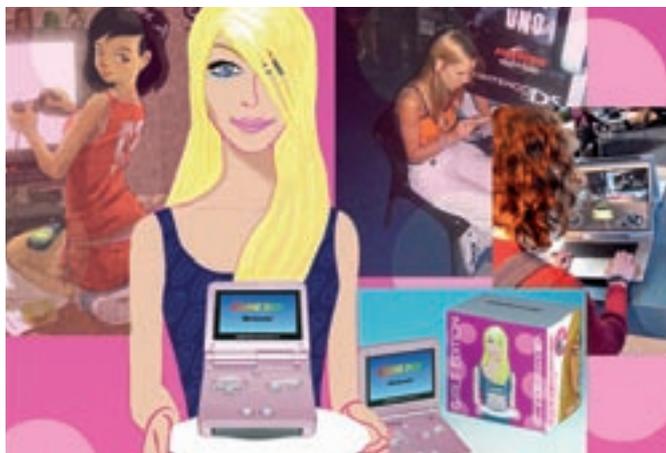
Esto, obviamente, no significa que no exista discriminación y sexismo hacia la mujer en obras de videojuegos (un 15,27% considera que más que en otros soportes). Es posible que en algunos videojuegos calificados de violentos y para mayores de 18 años aparezcan escenas significativas en ese sentido, pero las mujeres opinan con claridad que no más que en programas televisivos o películas (que puede que también estén calificados como para mayores de 18 años). En conclusión: los videojuegos se sitúan en una sociedad

con unos determinados niveles de sexismo y discriminación que habría que erradicar pero, en opinión de las mujeres, ni lideran esa actitud reprobable ni la protagonizan.



Fuente: La Nación

Fuente: Hardgame2



Fuente: Licencias de Actualidad

LARA CROFT GALARDONADA CON EL RÉCORD GUINNESS MUNDIAL

Lara ha visto reconocida su capacidad para trascender del mundo de los videojuegos hasta convertirse en una figura reconocible por toda la sociedad, motivo por el cual fue galardonada con el Record Guinness Mundial. En los últimos diez años, Lara Croft ha vendido más de 28 millones de juegos en todo el mundo.



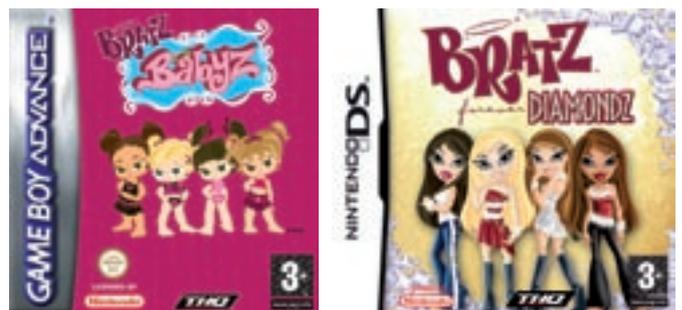
Fuente: Proein

Y PARA LAS MÁS PEQUEÑAS... BARBIE SEGUIRÁ PRESENTE EN EL MUNDO DE LOS VIDEOJUEGOS

Activision ha firmado con Mattel un acuerdo para los años venideros en los que publicará una serie de videojuegos sobre la muñeca más vendida en el mundo, Barbie. Por el momento, las plataformas elegidas serán PC, Game Boy Advance y Playstation 2.

THQ, ENCARGADA DE EDITAR LOS VIDEOJUEGOS DE LAS BRATZ

Por su parte, THQ es la compañía encargada de editar los videojuegos de las Bratz, las muñecas más fashion del panorama nacional. Así, Bratz Forever Diamondz y Bratz Babyz, lanzados el pasado noviembre, han hecho de Bratz la licencia n°1 infantil de niñas rozando en sólo dos meses las 55.000 unidades vendidas.



LA MODA Y LOS VIDEOJUEGOS

Como no podría ser menos los personajes y la tecnología de los videojuegos comienzan a llegar también, muy vinculados con el ámbito femenino, al mundo de la moda.

VIDEOJUEGO DE HI HI PUFFY AMI YUMI, LÍNEA DE ROPA Y COMPLEMENTOS

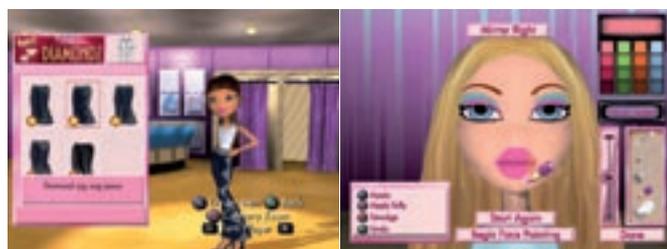
La popular serie de Cartoon Network ha estrenado videojuego, al tiempo que sus protagonistas debutan en el mundo de la moda mediante el lanzamiento de varias líneas de ropa y complementos. La compañía Virgin Play es la responsable de la distribución del videojuego en el que sus protagonistas, dos superestrellas del pop, tendrán que luchar para conseguir unas notas musicales a lo largo de diez épocas diferentes de la historia.



Fuente: Licencias de Actualidad

DE COMPRAS CON LAS BRATZ

Por su parte, el videojuego Bratz Forever Diamondz, lanzado por THQ, permite a las niñas visitar las tiendas más fashion, comprar la ropa y los complementos más de moda y diseñar sus propios modelos. Además, ¡podrán desfilen en las pasarelas más famosas del mundo! Y siempre acompañadas de sus mascotas, a las que tendrán que alimentar, hacer regalitos y con las que jugarán para que sean felices.



UNA INTERESANTE APLICACIÓN: DE LOS VIDEOJUEGOS A LAS PASARELAS DE MODA

La tecnología para desarrollar videojuegos en 3D triunfa también en las principales pasarelas de moda del mundo. Así pues, la compañía Reyes Infografía ha inventado un software, inspirado en el utilizado para el desarrollo de videojuegos, mediante el que los diseñadores de moda pueden confeccionar sus propios trajes. El principio de funcionamiento que utiliza el programa es similar al que se utiliza en el ámbito de los videojuegos para desarrollar la ropa que viste a los personajes.

Aunque el software se está utilizando ya en el ámbito textil, el siguiente paso que persigue Reyes Infografía es trasladar esta tecnología a la industria del videojuego, de manera que cada jugador pueda elegir libremente el vestuario de los personajes en cada ocasión.



Fuente: Proein

VIDEOJUEGOS Y SEXO

Ahora que la edad del videojugador medio se aproxima a los 29 años en los mercados más desarrollados, el mercado de los videojuegos eróticos se encuentra en pleno auge. Por otra parte, los avances tecnológicos en el diseño de los juegos permiten un mayor realismo y están ayudando a vencer el tabú del “sexo con dibujos animados”.

Existe un aumento en la demanda de este tipo de juegos de manera que algunos de los que fueron pioneros en el mercado adulto han tenido la ocasión de lanzar versiones posteriores. Así el veterano “Leisure Suit Larry” ha publicado ya ocho entregas desde 1987. Otros juegos consolidados como el conocido “Grand Theft Auto San Andreas”, gracias a pequeños parches que suelen circular por la Red, ofrecen a sus personajes la posibilidad de mantener relaciones sexuales.

Durante la primera Conferencia Internacional de Sexo en los Videojuegos celebrada el pasado mes de junio en San Francisco, los expertos concluyeron que la revolución la liderarán los juegos que permitan interactuar entre varios jugadores, pues se trata de un fenómeno que además crece paralelamente a los romances por Internet.

El doctor Ian Kerner, autor del libro *“Manual para el Diagnóstico de los Desórdenes en las Citas Románticas”*, afirma al respecto que en nuestra cultura “autofóbica” tememos la soledad

y buscamos compañía en la tecnología, aunque la persona corre el riesgo de perderse en ese mundo virtual. Otros especialistas creen que el “sexo participativo” de los videojuegos es un paso natural, ya que un alto porcentaje de las labores que realizamos diariamente está mediado por la tecnología.

Sin embargo, el fenómeno es ya una realidad que va en aumento: en el blog de la Asociación Internacional de Programadores de Juegos de Contenido Sexual aparecen ya archivados unos 300 juegos que exploran el sexo directa o tangencialmente, desde su forma más romántica hasta la más cruda y explícita.

Entre los videojuegos de nueva generación que han ido apareciendo a lo largo del año destacan aquellos que ofrecen la posibilidad a los videojugadores de conocerse en persona, más allá del propio juego. En “Naughty America: The Game”, un juego multijugador masivo inspirado en los Sims, los jugadores crean sus propios personajes y pueden vivir una vida paralela en la que tener sexo con otros en multitud de lugares y posiciones. Además los participantes pueden conocer a la persona real a través de un foro, leyendo los perfiles o a través de webcams. “Erotisy Island” se ambienta en una isla virtual con diferentes ambientes en los que se pueden mantener relaciones sexuales libremente y lo mismo sucede en “Red Light Center”, inspirado en el barrio rojo de Ámsterdam.

En la misma línea se encuentran juegos como Second Life, que se configura como una realidad virtual alternativa en la que no existen reglas y donde todo puede recrearse a placer del usuario. O “Singles”, en el que de manera más específica el propósito del juego es ligar con uno o dos compañeros de piso.

Existen además comunidades como “World of Porncraft” que, con más de 20.000 usuarios, se desarrolla de manera paralela al conocido “World of Warcraft”. Sus integrantes discuten acerca de las diferentes formas de practicar cibersexo en un universo de magia y espadas en el que los jugadores cuentan con recursos muy limitados y no pueden quedarse completamente desnudos.

Entre los juegos que buscan simplemente un entretenimiento rápido destaca “Virtually Jenna”, que recrea a la famosa actriz porno Jenna Jameson a la que el jugador puede obligar a adoptar distintas posturas, utilizar diversos juguetes sexuales o relacionarse con otros hombres y mujeres. Otra opción en esta línea es “Playboy: The Mansion”, videojuego en el que uno puede interpretar al dueño del imperio Playboy, Hugo Helfner, que debe crear su mansión, llenar de chicas cada rincón de su casa y sacar adelante la edición de su revista. Las lujosas fiestas permiten al videojugador conocer a nuevas mujeres, futuras portadas de la revista, con las que no será difícil terminar en el sofá o en la cama.



Fuente: Barrapunto

Por otra parte, los videojuegos relacionados con el sexo pueden contribuir a concienciar y educar para evitar embarazos no deseados, así como en la prevención de enfermedades de transmisión sexual. Ya en el 2001, la Oficina Federal de Salud Pública de Suiza lanzó "Catch the Sperm" (Atrape el Esperma), un juego en el que los jugadores cuentan con un arma que dispara preservativos con los que hay que capturar los espermatozoides y virus que les atacan. El objetivo es usar

adecuadamente los preservativos para evitar embarazos no deseados y enfermedades de transmisión sexual. En 12 meses se produjeron 35 millones de descargas del videojuego desde 100 países diferentes y en tan sólo 7 días se consiguió el objetivo de lograr que 100.000 personas visitaran la página web de la Oficina de Salud. Existe también una versión uruguaya, denominada "Con Condón", que persigue los mismos objetivos.

De todos modos, el mercado de los videojuegos eróticos y de contenido sexual es aún considerado como tabú y están muy lejos de ser aceptados como algo natural. A menudo los programadores se encuentran con tremendas trabas a la hora de conseguir la distribución comercial y a ello hay que sumar el rechazo y la crítica desde numerosos ámbitos conservadores de la sociedad.



Fuente: El Mundo



Fuente: Infobae

DEPORTE Y VIDEOJUEGOS

EA SPORTS FIRMA UN CONTRATO A LARGO PLAZO CON LA FIFA

Electronic Arts ha firmado un contrato de 2007 a 2014 con la FIFA como titular de licencia exclusiva en la categoría de videojuegos de fútbol interactivo y juegos electrónicos de fantasía para todo tipo de presentaciones, desde consolas hasta teléfonos móviles y formatos en línea.

Electronic Arts ha mantenido una estrecha relación con el fútbol desde hace más de una década, habiendo desarrollado una exitosa línea de videojuegos que permiten al jugador experimentar toda la emoción de los partidos de la Copa Mundial de la FIFA.



Fuente:
Misiones On Line

EA LANZA EL VIDEOJUEGO DEL MUNDIAL DE ALEMANIA

Electronic Arts celebró la Copa Mundial de la FIFA Alemania 2006 con el lanzamiento de Copa Mundial de la FIFA 2006, el único videojuego oficial del evento que se lanza en todas las plataformas previamente a la celebración del torneo real.

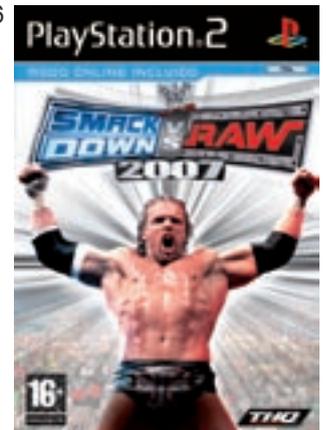


El barcelonista Xavi fue elegido para protagonizar la carátula española, existiendo carátulas personalizadas para casi una docena de países.

Fuente: Electronic Arts

EL ESTALLIDO DEL WRESTLING EN ESPAÑA

THQ lanzó en Noviembre de 2006 WWE SmackDown vs Raw, el mejor juego de lucha libre del mercado que alcanzó ventas nunca vistas hasta entonces en España. A la venta para PS2, Xbox 360 y PSP, el juego vendió sólo en 2006 un 600% más que el anterior. El próximo, que saldrá a finales de 2007, lo hará también en tres nuevas plataformas. PS3, DS y Wii.



45

MOTOS DE NUEVA GENERACIÓN



El juego oficial del campeonato de MotoGP para Xbox 360, lanzado en junio por THQ, MotoGP '06, fue el primero en incluir la temporada actualizada. De esta forma se abría la posibilidad a los jugadores de correr la temporada prácticamente completa con todos sus pilotos, escuderías y motos reales.

OTRO FUTBOLISTA DE PORTADA

En el caso del EA Sports FIFA 07 fue David Villa el futbolista español elegido para protagonizar la carátula del videojuego. Con este acuerdo, EA recupera la tradición de fichar a los mejores futbolistas nacionales para representar a la franquicia de fútbol más vendida en España.



Fuente: Licencias de Actualidad

ALONSO ARRASA TAMBIÉN EN LAS CONSOLAS

El piloto de Fórmula 1 Fernando Alonso también arrasa en el mundo virtual de las videoconsolas. El videojuego Formula One 2005, basado en los logros del asturiano, superó las 160.000 copias vendidas en 2005 por lo que Sony no dudó en anunciar que el Campeón del Mundo de Fórmula 1 volvería a ser el gran protagonista de la nueva edición del juego para PlayStation 2 y PSP: Formula One 2006.

Del mismo modo, otro videojuego exitoso basado en la trayectoria deportiva del piloto ha sido Alonso Racing 2006, la tercera edición del videojuego para móviles más vendido en España, con gran aceptación tanto de la crítica especializada como de los usuarios.



Fuente: Hardgame2

GASOL Y OTROS PROTAGONISTAS DE VIDEOJUEGOS DE BALONCESTO

La empresa Electronic Arts anunció que contará con Pau Gasol como imagen del videojuego NBA Live 07. Con este acuerdo, Gasol representa por tercera vez consecutiva a la franquicia NBA Live. El jugador tuvo que someterse a una dura jornada de captura de movimientos en los estudios de EA Canadá en Vancouver, para que su representación interactiva fuera su viva imagen tanto en aspecto físico como en movimientos corporales y expresiones faciales.

Por su parte, 2K Sports contará con José Manuel Calderón, Jorge Garbajosa y Sergio Rodríguez, actuales campeones del mundial de Baloncesto 2006, como prescriptores del juego NBA 2K7.

UN VIDEOJUEGO PARA NADAL

Rafa Nadal es otro de los deportistas españoles de elite cuyo éxito, capaz de traspasar fronteras, ha suscitado el interés de la industria del videojuego. En la presentación de Rafa Nadal Tennis, celebrada en Madrid, el tenista balear se mostró encantado con tener un videojuego propio y reconoció que era algo que le hacía ilusión desde niño.



Fuente: 20 Minutos

UBISOFT SE ALÍA CON EL MEJOR SNOWBOARDER DEL MUNDO

Poco después de lograr la medalla de oro en las Olimpiadas de invierno de Turín, Shaun White y Ubisoft anunciaron su acuerdo para desarrollar juegos inspirados en el estilo del famoso snowboarder. Shaun White colaborará con el equipo de desarrollo de Ubisoft para crear videojuegos tanto para consolas tradicionales como para las de nueva generación. El primer juego de la nueva franquicia aparecerá en el mercado en 2007.

EL CAMPO DE GOLF DE ULZAMA EN VIDEOJUEGO

El campo del Club de Ulzama, en Pamplona, ha entrado a formar parte del elenco de los incluidos en el videojuego de Microsoft, Links LS, un simulador virtual de golf que reúne aquellos lugares donde se desarrollan las más importantes competiciones del calendario mundial de este deporte. El campo de la Ulzama, que está considerado como uno de los más hermosos de Europa, ha sido reproducido hasta el último detalle en el diseño realizado para el videojuego.



Fuente: Cdecopy

LOS VIDEOJUEGOS, UN FENÓMENO SOCIAL

EFFECTOS POSITIVOS DE LOS VIDEOJUEGOS

LOS VIDEOJUEGOS EN LA MEDICINA

Un Estudio de la Escuela Médica de Nueva Jersey asegura que los niños que juegan con la videoconsola en la sala de operaciones, antes de someterse a una intervención quirúrgica, se ponen menos nerviosos pues mientras están jugando olvidan dónde están.

Apostando por la efectividad de los videojuegos en el campo médico, la compañía Continuum ha desarrollado un modelo de casco que permite a los pequeños, de entre tres y ocho años, escuchar música o jugar con la videoconsola mientras se les administra óxido nítrico para anestesiarnos.

Por otra parte, Re-Mission, con una pequeña heroína que hace frente al cáncer, es el primer videojuego que ayuda a los jóvenes pacientes que se entretienen con él a conocer y afrontar su enfermedad. Los estudios han demostrado que Re-Mission tiene efectos beneficiosos para la salud en los jóvenes con cáncer, según HopeLab, asociación que ha desarrollado el juego. Dado el éxito obtenido, la organización está estudiando crear juegos similares para jóvenes enfermos que hacen frente a la depresión, el autismo, la obesidad o la anemia.

ENTRENAMIENTO PARA MÉDICOS

Un nuevo estudio señala que los cirujanos que se prepararon para una operación jugando con su consola 20 minutos antes de la intervención fueron más rápidos y cometieron menos errores que los que no lo hicieron.

El estudio realizado por el Centro Médico Beth Israel de Nueva York en colaboración con el Instituto Nacional de Médicos de Familia se basó en procedimientos quirúrgicos realizados a través de laparoscopia, una técnica que emplea una pequeña cámara e instrumentos finos y largos insertados en el cuerpo del paciente a través de pequeñas incisiones. Los médicos que jugaron con videojuegos antes del ejercicio lo hicieron en un promedio de once segundos más rápido que los que no jugaron, y cometieron menos errores.

LOS VIDEOJUEGOS MEJORAN LA VISTA

Investigadores de la Universidad de Nottingham han comenzado a tratar la ambliopía, u ojo vago, con realidad virtual para que los dos ojos trabajen coordinadamente. El tratamiento habitual consiste en tapar el ojo bueno para obligar al otro a trabajar, aunque eso pueda provocar visión doble. Con la nueva terapia, se utiliza la realidad virtual para presentar dos versiones diferentes del mundo para cada ojo: en un juego de carreras las imágenes del coche del jugador se envían al ojo ambliópico, pero las imágenes con los coches rivales se envían al ojo sano. Los obstáculos de la pista se envían alternativamente a cada ojo, con lo que los investigadores consiguen que los dos ojos trabajen de forma coordinada. Aunque la idea inicial de los investigadores fue la de desarrollar un sistema que necesitase unas 400 horas de tratamiento, como el del parche en el ojo, al final se ha conseguido el mismo efecto en una sola hora.

El Colegio de Ópticos-Optometristas de Galicia admite el hecho de que jugar con videojuegos aumenta la velocidad de percepción y la sensibilidad de contraste, así como la coordinación ojo-mano y la memoria visual y espacial. Otro de los efectos positivos de los videojuegos es el rápido proceso de maduración ocular que consiguen los niños, ya que en edades tempranas alcanzan la misma visión espacial que los adultos, además de potenciar su capacidad de concentración.



Fuente: BBC Mundo

VIDEOJUEGOS CONTRA LA OBESIDAD Y EL COLESTEROL

En Estados Unidos se está realizando un estudio en escuelas públicas para determinar si jugar a Dance Dance Revolution (DDR) ayuda a los niños a mantenerse en forma. DDR es un videojuego musical que se juega con una alfombra de baile con cuatro paneles sensibles. Para sumar puntos, los jugadores deben sincronizar sus pasos con las notas musicales, apoyándose en los paneles correctos, mientras siguen lo indicado por los símbolos de la pantalla. Aunque aún no hay resultados finales, algunos estudiantes que habían rechazado hasta vestirse para ir a las clases de gimnasia terminaron saltando alegremente con DDR.

En nuestro país, la Universidad de Granada ha realizado un estudio con Eye Toy: Kinetic, el juego de Playstation2 que permite practicar varios deportes, en el que la imagen del jugador se representa en la pantalla mediante una webcam equipada con una lente de gran angular. Durante dos meses 30 mujeres entre los 10 y los 40 años hicieron gimnasia con la consola y el Eye Toy y el resultado fue una mejora significativa en su coordinación y equilibrio, así como en la regulación de índices como el colesterol, los triglicéridos y la grasa corporal. Por tanto, se trata de una buena alternativa para quienes necesiten realizar un esfuerzo que mejore su actividad cardiovascular.

VIDEOJUEGOS PARA COMBATIR LAS FOBIAS Y LOS TRAUMAS

La realidad virtual ya no es sólo un sistema para hacer más creíbles y divertidos los videojuegos, sino que también puede convertirse en una potente herramienta capaz de curar todo tipo de fobias, estrés postraumáticos, duelos patológicos y otros trastornos psicológicos e, incluso en el futuro, el dolor crónico.

Un equipo de la Universidad Politécnica de Valencia y de la Jaume I de Castellón ha desarrollado distintos sistemas de terapia virtual que están siendo aplicados con éxito en el Centro Clínico Previ. Las terapias del “mundo de EMMA (Engaging Media for Mental Health)” utilizan las imágenes tridimensionales de una pantalla Imax, que incluyen objetos o fotos reales relacionados con el trauma o la agresión, mientras el psicólogo va controlando los escenarios para inducir sentimientos que permitan hablar, enfrentarse a una experiencia traumática y superarla.

VIDEOJUEGOS EDUCATIVOS

Los videojuegos son una poderosa herramienta para facilitar el aprendizaje y la industria del videojuego es cada vez más consciente de ello.

La ELSPA (*“The European Leisure Software Publishers Association”*) ha publicado un informe titulado “Aprendizaje sin límites: El papel de los videojuegos en el campo del aprendizaje” que incide en los beneficios de los videojuegos como herramientas educativas y se basa en varios casos reales del Reino Unido. En un colegio de Nottinghamshire, se incorporó el juego Neverwinter Nights en el plan de estudio, lo que disparó el porcentaje de éxito en las principales materias a un 94%, frente a la media nacional de 22%.

Los resultados generales indican que además de ser muy divertidos, los videojuegos también tienen la capacidad de inspirar y de motivar; pueden generar ideas, estimular la conversación, retar a la mente y animar a la resolución de problemas. No son sólo juegos, sino que constituyen una nueva forma de aprendizaje con un potencial casi infinito.

Además una encuesta realizada para conocer la opinión de los maestros británicos acerca de los videojuegos reveló su buena predisposición para introducirlos en las clases. El 59% de los encuestados admitió que estudiaría utilizarlos en clase con fines educativos y casi un tercio reconoció haberlos usado ya. La encuesta, encuadrada en el proyecto de investigación Teaching with Games patrocinado por NESTA Futurelab y Electronic Arts mostró cómo entre los interesados en usar videojuegos en clase, el 53% los usaría por su capacidad de motivar y atraer a los alumnos, considerando la mayoría que los videojuegos mejorarían sus destrezas y conocimientos. El 91% de los encuestados cree que el uso de videojuegos contribuiría a desarrollar las habilidades motrices y cognitivas y más del 60% considera que incrementarían la capacidad de los alumnos para pensar y aprender nuevos conocimientos.

En china, el gobierno ha creado “Héroes Chinos”, un videojuego protagonizado por héroes nacionales, ideado para transmitir los valores tradicionales de su cultura, como el altruismo y el patriotismo. Igualmente, en México se está desarrollando “Aztlán”, un juego que trata de promover lúdicamente parte de su historia, descubriendo leyendas, personajes y escenarios del México antiguo.

Para los más pequeños (entre 2 y 5 años), “Buscando a Nemo: Aprende con Nemo” transporta a los niños a través de una emocionante aventura subacuática en la que los personajes de la

película, Nemo y Dory, harán de guías para que aprendan los colores, los números, las letras y otras habilidades básicas de la manera más divertida.

VIDEOJUEGOS Y CONCIENCIACIÓN CIUDADANA

Los videojuegos pueden ayudarnos en diversas tareas de concienciación ciudadana, por ejemplo, pueden ser muy útiles para aprender primeros auxilios. En España ha aparecido “Emergencia 112”, un juego para teléfonos móviles que se propone enseñar a salvar vidas humanas. Lucas, el protagonista, se encuentra a su paso con personajes que necesitan ayuda y el usuario debe decidir qué es lo que hay que hacer en cada caso.

En esta misma línea de crear ciudadanos responsables y concienciados, se encuentra el videojuego promovido por la Administración Federal de Ingresos Públicos de Argentina, cuyo objetivo es educar a niños y adolescentes para incentivar el pago de impuestos. En el juego, los niños tienen que atravesar una aduana en la que se informa del tipo de productos que se pueden introducir en el país sin pagar tributos, cuáles no pueden entrar y dónde van a parar los impuestos públicos. En la réplica de una mini ciudad el dinero público activa una serie de servicios como puertos, escuelas, ministerios, hospitales, teatros, etc. que comienzan a funcionar a base de las monedas recaudadas. El juego intenta concienciar a la población más joven y erradicar la idea de que pagar impuestos no sirve para nada.

LOS VIDEOJUEGOS HACEN FAMILIA

Triunfan los juegos con algunos complementos que facilitan y dinamizan la actividad familiar o grupal como Dancing Stage Max, Sing Star o Buzz, que hacen las delicias de toda la familia. En el primero los jugadores pueden demostrar sus cualidades para el baile utilizando la cámara eye toy y una alfombra que indica el momento y el lugar dónde deben situar sus pies para llevar bien el ritmo; en el segundo con un par de micrófonos se puede emular a los participantes de Operación Triunfo y evaluar la entonación, el ritmo o la capacidad para seguir las letras. Buzz es la versión del concurso televisivo 50x15 y se juega con un kit de pulsadores.



Fuente:
Sony Computer
Entertainment

VIDEOJUEGOS

PARA COMBATIR LA DELINCUENCIA

Las Autoridades de Edimburgo (Reino Unido) han ideado una interesante iniciativa destinada a alejar a los menores conflictivos de posibles delitos, utilizando los videojuegos como medida para combatir el comportamiento antisocial. Una biblioteca pública, en colaboración con la policía local, ha organizado concursos en los que se anima a los más jóvenes a medir sus habilidades en juegos de PS2, con resultados alentadores en cuanto al número de delitos cometidos por menores, que en el área se ha reducido a la mitad.

Por otra parte, en las cárceles de Oregón se están utilizando los videojuegos como terapia. Esta iniciativa forma parte de un programa diseñado por el Estado para facilitar a los convictos su regreso a la sociedad. El objetivo del juego es que los reos vayan accediendo de manera gradual a los privilegios propios de la libertad mediante buena conducta y desarrollo de diversos trabajos. En este sentido, los videojuegos también disminuyen la ansiedad propia de la cárcel, ya que ayudan a liberar energía frente a la pantalla del ordenador. Desde que se instalaran las videoconsolas individuales, los asaltos a guardianes, las peleas entre internos o los suicidios han disminuido drásticamente en las cárceles de EEUU.

VIDEOJUEGOS SOLIDARIOS

En los últimos tiempos, el mundo de los videojuegos se ha unido a diversos movimientos solidarios mostrando su apoyo de varias formas. De manera viceversa, las organizaciones de apoyo a estas causas han encontrado en los videojuegos un gran aliado a la hora de difundir sus ideales, innovar y acercarse a públicos más jóvenes.

En el ámbito de las instituciones internacionales, Naciones Unidas propuso un concurso de creación de videojuegos para promocionar la campaña “Objetivos de Desarrollo del Milenio”. Estos objetivos plantean propósitos como la reducción de la pobreza, la igualdad de género, la enseñanza primaria, la preservación del medio ambiente, etc. Las producciones debían tener relación directa con la campaña, pues los ganadores desarrollarían su proyecto y éste, una vez terminado, sería utilizado como material de apoyo a la misma. El videojuego vencedor fue obra de Susanna Mancini, una universitaria barcelonesa de 23 años.

Por otra parte, la MtvU, la gigante red de videos musicales para estudiantes universitarios, también optó por convocar a través de su página web un concurso para incrementar la

conciencia pública sobre el conflicto de Darfur. La violencia que se ha generado en dicha región sudanesa ha suscitado muchas formas de activismo, que en esta ocasión se ha visto materializado a través de "Darfur está muriendo", el videojuego ganador diseñado por Susana Ruiz, una estudiante de la Universidad de California. El juego coloca a los participantes en la piel de un refugiado sudanés que, abandonado en medio de los enfrentamientos, debe intentar llegar a un pozo y sobrevivir durante siete días en un campamento asolado por las milicias.

Desde el terreno de las ONGs, Asprona ha ido publicando una trilogía educativa de videojuegos para concienciar acerca de los problemas a los que se enfrentan los discapacitados. Esta asociación, que defiende los derechos de las personas con discapacidad intelectual y de sus familias, desarrolló "La Ciudad de las Sonrisas", un juego cuyo objetivo es conseguir un billete a un mundo ideal en el que todos están integrados y todos son diferentes, pero iguales.

Entre las empresas del sector de los videojuegos, Atari se ha puesto a la cabeza con la creación en su página Web de un rincón llamado Atari Solidario. El proyecto, que se puso en marcha por iniciativa de la propia plantilla, consiste en ayudar de forma desinteresada a personas, organizaciones y colectivos que necesiten apoyo. El primer caso que precisó de la ayuda de Atari Solidario fue el de una niña boliviana de 6 años, que fue operada de meduloblastoma infantil (un tipo de tumor cerebral) en el Hospital Niño Jesús de Madrid. Para apoyar dicha acción y con el fin de recaudar fondos, Atari Ibérica creó una serie de camisetas que se vendieron en la página web y cuyo importe fue destinado a ayudar a esta niña que se llama Melanie. Otro de los proyectos con los que han colaborado ha sido la realización de camisetas para África Directo con el fin de destinar el importe recaudado a cubrir algunas de las necesidades de Malawi.

CURIOSIDADES DEL MUNDO DEL VIDEOJUEGO

TROPAS NORTEAMERICANAS EN ORIENTE MEDIO

Para lograr un buen entendimiento entre la cultura Estadounidense y la iraquí, el ejército de los Estados Unidos ha financiado un juego sobre la guerra de Irak que enseñará a las tropas a descifrar el lenguaje corporal de los iraquíes. El videojuego enseña al personal militar gestos clave para construir relaciones de confianza con la población.

Usando la misma temática, Kuma Reality Games ha lanzado otro videojuego llamado America's Army cuyo objetivo es transmitir lo que significa "ser soldado". Consiste en un verdadero campo de entrenamiento que posee distintas fases de formación, promociones y misiones.



Fuente: 20 Minutos

ANESVAD Y SU VIDEOJUEGO CONTRA LA LEPRO

Con motivo del día mundial de la lepra, el 29 de enero, la ONG Anesvad ha desarrollado un videojuego llamado El equipo contra la lepra, cuyo objetivo es sensibilizar a los jóvenes sobre esta enfermedad.

VIDEOJUEGO CONTRA EL HAMBRE DE LA ONU

Food Force es el nombre del videojuego del Programa Mundial de Alimentos (PMA) de la ONU. Su objetivo es concienciar a la comunidad internacional y sobre todo a los más jóvenes de la importancia de la ayuda alimentaria para los países más pobres del mundo. En el videojuego un personaje se encarga de presentar la situación y el desafío a superar al principio de cada fase y al final de cada una aparece de nuevo para explicar el trabajo de la agencia humanitaria. Los videojugadores se verán implicados en la entrega de cargamentos de comida, lo más rápido posible, a miles de personas que viven en la isla ficticia de Sheylan.

VIDEOJUEGO SOBRE LA GUERRA CIVIL

Sombras de guerra es el videojuego basado en la guerra civil española. Está estructurado en 20 misiones por cada bando y uno de sus aspectos más destacados es que el modo campaña permite escoger entre el frente republicano o el nacional. El juego ha tratado de representar de forma fidedigna todo lo relacionado con la ambientación y la recreación de los hechos

aunque la principal diferencia con la realidad es que los partidarios del bando republicano pueden alcanzar la victoria si juegan bien la partida. Destaca la aparición de figuras históricas en forma de protagonistas y personajes secundarios como los generales Mola, Moscardó y el mismísimo Francisco Franco como figura visible del bando Nacional.



Fuente: 20 Minutos

POLITICOS URUGUAYOS CONVERTIDOS EN VIDEOJUEGO

Bordaberry vs. Michelini fighter, es el nombre de este videojuego, inspirado en el debate televisivo que enfrentó al ex dictador uruguayo Juan María Bordaberry y al legislador izquierdista Zelmar Michelini, asesinado en 1976.

OLLANTA HUMALA, VILLANO DE UN VIDEOJUEGO

Ollanta Recargado es el nombre del videojuego donde aparece el candidato presidencial peruano, Ollanta Humala, fusil en mano y lanzando balazos. El jugador puede elegir entre los personajes de un escritor, una reportera de televisión, un activista homosexual y un ciudadano común. El objetivo es superar con éxito los cinco años del gobierno de Humala, para lo que el usuario tendrá que hacer frente a los coches-bomba, las granadas que lanza desde una cárcel Abimael Guzmán, jefe de la guerrilla Sendero Luminoso, y los barriles de petróleo que deja caer desde un avión el presidente venezolano, Hugo Chávez. El personaje cuenta con las siguientes armas para defenderse: la sombrilla de la democracia, la armadura de la cultura y un televisor que representa la libertad de expresión.

POLÍTICO MEXICANO CONVERTIDO EN VIDEOJUEGO

El candidato mexicano del Partido Acción Nacional (PAN), Felipe Calderón, lanzó su propio videojuego con el objetivo de atraer a los jóvenes y vencer a sus rivales rumbo a las presidenciales de su país. En el videojuego, el muñeco de Calderón debe cruzar ciudades y bosques rumbo al preciado trono presidencial.

CONFLICTO COLOMBIANO EN VIDEOJUEGO

Dos jóvenes programadores colombianos han diseñado dos

videojuegos basados en los conflictos armados que vive o ha vivido su país. Los títulos son los siguientes: Tácticas de guerra Irregular y 1899, Cuentos de guerra. En el primero aparecen escenarios de la realidad cotidiana de guerrillas en Colombia, mientras que el segundo se centra en el episodio histórico que tuvo lugar entre 1899 y 1902 y que enfrentó a los ejércitos de los partidos liberal y conservador en distintas regiones colombianas.

VIDEOJUEGO DE LAS ELECCIONES CATALANAS

Los protagonistas de las elecciones catalanas ya tienen su videojuego cuyo título es El Juego de la Silla. El objetivo de este videojuego es que los jugadores realicen pactos virtuales entre los diferentes partidos en el menor tiempo posible.

PRIMER VIDEOJUEGO EN EUSKERA

La Fundación Elhuyar ha publicado en formato CD-ROM el videojuego Hiru Mosketariak (Los Tres Mosqueteros), el primero en euskera que utiliza imágenes en tres dimensiones. El juego, apto para mayores de siete años, se ha editado en 19 países.

LA BIBLIA EN VIDEOJUEGO

La religión católica también tiene cabida en el mundo de los videojuegos. The Bible Game consiste en una aventura interactiva para toda la familia, con más de 1.500 preguntas basadas en el Antiguo Testamento y famosas historias bíblicas como David y Goliat, la apertura del Mar Rojo en el éxodo, la torre de Babel y la ballena de Jonás. Los jugadores pueden jugar individualmente o en grupo.

VIDEOJUEGO QUE RECREA

LA CIUDAD DE GRANADA:

Dos hermanos granadinos han sido los encargados de realizar el videojuego Granada Racer. Desarrollado a partir de 100.000 fotografías de alta resolución, el juego recrea de forma fiel una ciudad real. La novedad de este juego es que combina la emoción de un circuito de velocidad, con las estrategias y destrezas que se presentan en un juego de rol. Los jugadores, que tienen que participar en carreras de coches, tienen la posibilidad de elegir el auto que más les guste mientras hacen apuestas y celebran campeonatos.



Fuente: Radio Granada

LA VOZ DE PIKACHU

Pikachu, es un dibujo animado conocido por su voz pero... ¿Quién es el encargado (o la encargada) de poner la voz al dibujo animado de Pikachu? Ni más ni menos que Ikue Otani, una nipona de 40 años de edad que ha prestado su voz a multitud de videojuegos y es toda una celebridad en Japón.

ENCONTRAR EL AMOR EN UN VIDEOJUEGO

Todo comenzó jugando al videojuego The World of Warcraft. Ella, Delora, era cazadora y él, Rhovan, druida. El primer encuentro tuvo lugar en una hermandad. Ambos, comenzaron a charlar sobre el juego hasta que poco a poco empezaron a compartir más tiempo en común. En la vida real se enamoraron y en mayo de 2006 contrajeron matrimonio.

LA SOMBRA DE CHERNÓBYL

Sale S.T.A.L.K.E.R.: The Shadow of Chernobyl, un videojuego, desarrollado por la compañía ucraniana GSC y editado y distribuido por THQ, que trata sobre la catástrofe que tuvo

lugar en Chernóbyl. El jugador se convierte en un stalker (un cazador furtivo) que trata de sobrevivir en los alrededores de la central nuclear, donde veinte años después, la catástrofe se



UN ADOLESCENTE HACE FUNCIONAR UN VIDEOJUEGO SÓLO CON SU MENTE

Un equipo de neurocirujanos consiguió que un adolescente de 14 años que padecía epilepsia jugase a los marcianitos mediante las señales que emitió su cerebro. Este muchacho se ha convertido en la primera persona del mundo capaz de superar las dos

UN POCO DE HISTORIA SOBRE LOS VIDEOJUEGOS

PREHISTORIA DEL VIDEOJUEGO 1952-1970

Con el antecedente de Oxo, desarrollado por científicos en 1952, oficialmente las páginas empezaron a escribirse en 1958, con el Tennis for two creado por el norteamericano Hill Nighinbottham. El tipo de computadoras que se utilizaron para este proyecto eran microcomputadoras cuyo precio rondaba el millón de dólares, por lo que sólo las universidades y grandes compañías podían permitírselas. En una de estas millonarias computadoras fue donde se creó el primer juego interactivo, Spacewar, lanzado en 1961 y desarrollado por Steve Russell.

En 1962 un nuevo estudiante llegó a la Universidad de UTA para estudiar ingeniería. Se trataba de Nolan Bushnell quien, una vez conocido Spacewar, decidió crear una versión que fuera compatible con cualquier televisión, proyecto que llevaría a cabo y bautizaría con el nombre de Computer Space.

PRIMEROS PASOS DE LOS VIDEOJUEGOS 1970-1977

Computer Space le dio la idea a Nolan Bushnell de crear una compañía de juegos que realizara el diseño mientras que otras compañías realizaran la distribución. Fruto de esta idea nació Atari con la que Bushnell revolucionaría el mercado gracias a la creación de Pong.

En las navidades de 1977 Atari introduce en el mercado el sistema de juegos Video Computer System, que sería conocido como Atari 2600.

Atari 2600

Fuente: Atari



LA EDAD DE ORO DEL VIDEOJUEGO 1977-1981

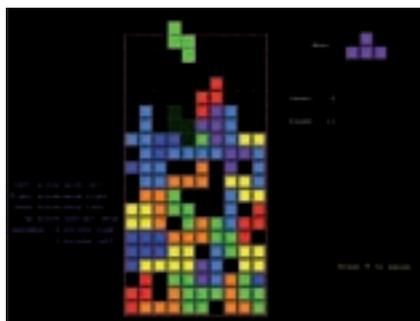
En 1980 Atari lanza al mercado la versión para el hogar del juego Space Invaders, todo un éxito que vendió más de 80.000 copias en EEUU. Por aquel entonces Nintendo contrata a Shigeru Miyamoto, creador del Donkey Kong, todo un hito en la historia del videojuego.

LOS AÑOS DE TRANSICIÓN 1981-1984

En esta etapa compiten una gran cantidad de consolas... Compañías como Coleco, Magnavox y Commodore

64 lanzaron consolas sin contar muchas veces con los productos necesarios para apoyar el mercado. El resultado fue que muchas compañías se vieron obligadas a cerrar sus fábricas.

Mientras IBM presentaba la computadora personal (PC), Atari dominaba el mercado del ocio virtual con títulos como el mítico Tetris.



Fuente: Redhurtmachine

EL DESPEGUE DEFINITIVO 1984-ACTUALIDAD

En 1986 la compañía japonesa Nintendo copó occidente con el videojuego más vendido de la historia: Super Mario Bros. Otras marcas hicieron su entrada de manera exitosa como Namco con Pacman y Sega con Sonic, el puercoespín.

En la década de los 90 llegaría el nacimiento de consolas revolucionarias como PlayStation, Nintendo 64 o Dreamcast y la penetración del PC en el hogar, lo que facilitaría la combinación de tecnología y videojuegos.



Fuente: Gamebgs

BREVE HISTORIA DE PLAYSTATION

En los 80 y primera mitad de los años 90 el mundo de los videojuegos se encontraba dominado por las dos grandes compañías del momento: Sega y Nintendo. Esta última decidió consultar a Sony para ver la posibilidad de diseñar un periférico capaz de leer videojuegos en CD. Cuando Sony logró diseñar el producto las negociaciones entre las dos compañías se rompieron quedando en manos de la primera el nuevo producto. Partiendo de él Sony comenzaría a diseñar la primera PlayStation, llegando al terreno de los videojuegos en 1995. Gracias a la compra del estudio Psygnosis y a la colaboración de grandes desarrolladores de videojuegos como Namco o Konami, la consola PlayStation consiguió ver la luz, iniciándose una nueva etapa en la historia del ocio electrónico.

En apenas diez años, y pese a contar con la presencia de consolas competidoras como Sega Saturn, Dreamcast o Nintendo 64, PlayStation y su sucesora PlayStation 2 lograron imponerse en el mercado, controlando el 70% del sector.



PlayStation 2

Fuente: Sony Computer Entertainment



PlayStation

Fuente: Sony Computer Entertainment

LAS SAGAS MÁS EXITOSAS

A pesar de la gran avalancha de lanzamientos de todos los géneros imaginables, muchas de las compañías que desarrollan videojuegos han optado por mantener en nómina a algunos de sus personajes y sagas más exitosas...Todas ellas han resistido el paso del tiempo y han visto mejorados sus gráficos, su sonido y su velocidad gracias a las nuevas plataformas.

Super Mario Bros

Un desconocido diseñador japonés, Shigeru Miyamoto, crearía en 1981 un sencillo videojuego, Donkey Kong, en el que un fontanero llamado Jumpman (más tarde rebautizado como Mario) corría para salvar a la princesa Pauline. Un cuarto de siglo después de aquella prodigiosa idea la factoría Nintendo sigue explotando el filón de su personaje más famoso.

Tekken

El juego de Namco, uno de los más populares títulos de lucha, dio el salto desde las máquinas recreativas a la primera PlayStation. En la actualidad cuenta con seis secuelas.

Zelda

El primer Zelda vio la luz en 1986. En la actualidad es uno de los juegos de aventura con mayor número de seguidores.

Príncipe de Persia

Su primera versión fue para PC en 1989. La séptima y última entrega, Revelation, ha visto la luz para PSP.

Final Fantasy

Aunque la primera versión salió en Japón en 1987, hoy se cuentan más de veinte secuelas de esta aventura gráfica. En 2001 dio el salto al cine de la mano del director H. Sakaguchi.

FIFA

El juego oficial de fútbol, que causaría sensación en las consolas de 16 bits de 1994, sigue levantando pasiones en las de última generación.

NOTICIAS CON HISTORIA

Primera exposición sobre videojuegos en España

Con motivo del lanzamiento de Cars, THQ organizó la primera exposición sobre videojuegos de España, "De los marcianitos a Cars". La muestra hacía un recorrido por las consolas que dieron soporte a estos juegos, desde aquel Pong hasta la Xbox 360.

EDGE recorre la historia del videojuego con File

El prestigioso magazine británico dedicado a la cultura del videojuego lanzó en noviembre de 2006 un nuevo formato denominado File con el que repasa la historia y desarrollo de la industria del videojuego desde su primer número en 1993.

La historia de los videojuegos llega a la consola PSP con los mejores clásicos de Capcom.

Capcom presentó Capcom Classics Collection Remixed, una recopilación para el sistema portátil PSP, que ofrece la oportunidad de revivir la época gloriosa de los juegos arcade. La recopilación incluye veinte juegos entre los que se incluyen: 1941, Avengers, Block Block, Captain Commando, Magic Sword, Quiz and Dragons, Street Fighter, Strider, Three Wonders y Varth.

EFEMÉRIDES

Pyro Studios: Diez años de éxitos

- 1996: Ignacio y Javier Pérez Dolset crean Pyro Studios con el objetivo de desarrollar, desde España, videojuegos capaces de competir con los desarrollos internacionales.
- 1996-1998: Nace Commandos: Venid Enemy Lines, que supone una inversión de 900.000 euros, una cifra muy por encima de las habituales para el desarrollo de

videojuegos en España.

- 1998: Commandos alcanza el número uno en 17 países, lo que le convierte en el segundo videojuego más vendido del año, tan sólo por detrás de Tomb Raider.
- 1999: Se edita Comandos: Más allá del Deber, un disco con ocho nuevas misiones.
- 2001: Sale a la venta Comandos 2: Men of Courage, con un coste de desarrollo superior a los 6 millones de euros. Se traduce a nueve idiomas y alcanza unas ventas de 63.000.000 millones de euros.
- 2002: Comandos 2: Men of Courage se convierte en el primer videojuego español disponible para PS2 y Xbox. La saga Commandos supera los tres millones de copias vendidas en todo el mundo.
- 2003: Praetorians, un videojuego para PC inspirado en las campañas de Julio César, alcanza el número uno en España. La saga Commandos supera los cuatro millones de copias vendidas en todo el mundo. Sale a la venta Comandos 3: Destination Berlin.
- 2004: Imperial Glory se presenta en la feria E3.
- 2005: Presentación internacional de Commandos Strike Force.
- 2006: Pyro Studios se certifica como desarrollador para las consolas Xbox 360 y PS3 y anuncia que prepara un motor de nueva generación.



Fuente: Proein



Fuente: Proein

El icono de los videojuegos de SEGA, Sonic the Hedgehog celebra su 15 cumpleaños.

En junio de 2006 SEGA celebró el quince cumpleaños de Sonic the Hedgehog, que nació el 23 de junio de 1991 como el personaje más rápido, y más avanzado tecnológicamente, para la consola de SEGA, Génesis.

Además de su fama en el videojuego, Sonic ha protagonizado dos series de televisión, diversos comics y una película de dibujos. El popular personaje, que tiene incluso su propio parque temático en Tokio, fue galardonado con el premio Gaming Icon, concedido por The Sun, uno de los principales periódicos del Reino Unido.

Sonic the Hedgehog es uno de los iconos del videojuego más populares de todos los tiempos. Con más de 44 millones de juegos vendidos por todo el mundo, ha protagonizado más de 30 videojuegos llenos de aventuras en prácticamente todas las plataformas de juego conocidas; una distinción que le ha hecho ganarse la estrella en el "Walk of Game", el acontecimiento que premia a los iconos pioneros del juego.



Fuente: SEGA

Felicidades a Bob Esponja

Bob Esponja ha cumplido siete años. Desde su creación, 112 países han disfrutado de sus aventuras. Para celebrar tan memorable fecha, THQ ha presentado un nuevo videojuego protagonizado por el famoso personaje: Bob Esponja: La Criatura del Krustáceo Krujiente.



Fuente: THQ

LOS VILLANOS MÁS MEMORABLES DE LA HISTORIA DEL VIDEOJUEGO

IGN realizó un curioso top 10 sobre los villanos más memorables de la historia del videojuego. Según su orden de memorabilidad quedaron como sigue:

1. **Los Nazis**
2. **Sephiroth (Final Fantasy VII)**
3. **Wesker (Resident Evil)**
4. **Shodan (System SOC)**
5. **Kerrigan (Starcraft)**
6. **Psycho Mantis (Metal Gear Solid)**
7. **Evil Otto (Berzerk)**
8. **Drácula (Castlevania)**
9. **Dr. Robotnik (Sonic)**
10. **Bowser (Mario Bros)**



Fuente: Rpgland

LAS NUEVAS VIDEOCONSOLAS

Según datos del estudio Global Entertainment and Media Outlook, de la consultora PriceWaterhouseCoopers, los videojuegos serán, junto con Internet, las industrias de ocio y comunicación que más crecerán hasta 2010, con un crecimiento anual medio superior al 16%. Sólo en España, la facturación del sector llegará al final de la década a los 1.305 millones de dólares.

CARACTERÍSTICAS DE LAS NUEVAS VIDEOCONSOLAS

Microsoft Xbox 360

- Su objetivo es satisfacer a los jugadores más expertos y luego crecer con juegos que atraigan a nuevos públicos.
- Pretende atraer a un público adulto y ávido de nuevas tecnologías, no necesariamente juegos, con la posibilidad de descargar música, series de TV o películas.
- Ofrece una calidad gráfica impecable.
- Presenta gran rendimiento a la hora de conectar la consola a Internet, con una comunidad de cuatro millones de jugadores.
- Acoplándole un accesorio permite ver los nuevos DVD's de alta definición.
- Accesorios como el Xbox Live Vision permiten interactuar con otros jugadores y verse reflejado en el juego.



Fuente: Microsoft

PlayStation 3

- Ofrece una gran calidad gráfica.
- Tiene plena compatibilidad con la mayoría de soportes digitales existentes en el mercado: reproducción de películas DVD, cámaras de fotos, lector de tarjetas de memoria, salida a Internet, periféricos USB... explotando así el nuevo concepto de "máquina multimedia".
- Posee un lector de alta definición "Blue Ray", un nuevo formato de reproducción de video y de almacenamiento de datos que competirá con el DVD de alta definición.
- Su sonido digital crea sensaciones más reales, incluso, que la mejor de las salas cinematográficas.



Fuente: Sony Computer Entertainment

Nintendo Wii

- Su objetivo es ser accesible para las personas que nunca han tocado un videojuego para ganar jugadores no habituales.
- Presenta un mando revolucionario con el que se

puede jugar simplemente moviéndolo, lo que provoca la sensación de formar parte de una película más que de jugar con una consola.

- Posee una gran calidad de imagen.



Fuente: Nintendo

SONY INAUGURA SU PLAYSTATION SUITE

En diciembre de 2006 Sony inauguró, en una céntrica calle de Madrid, un espacio dedicado íntegramente a PlayStation. Moderno, acogedor y confortable, PlayStation Suite fue un espacio especialmente pensado para disfrutar de las últimas novedades y celebrar presentaciones y demostraciones de todo lo referente a Playstation 3 y PSP.



Fuente: Licencias de Actualidad



Fuente: Sony Computer Entertainment



Fuente: Sony Computer Entertainment

FUTURO DEL VIDEOJUEGO

LA DISTRIBUCIÓN DIGITAL DE VIDEOJUEGOS SUPERARÁ A LA ACTUAL EN FORMATO DISCO EN CINCO AÑOS.

Se trata de una forma de vender y comprar videojuegos que cada vez toma más fuerza entre las compañías por las grandes ventajas que puede reportar en el acercamiento a los usuarios. En 2004 Valve llevó a cabo esta fórmula con uno de los títulos más importantes dentro del mundo del PC, Half-Life 2. Si bien al principio hubo bastantes problemas debido a la saturación de los servidores, lo cierto es que a día de hoy la plataforma Steam del juego ha resultado ser una herramienta muy cómoda para sus usuarios. De momento, EA también lo ha puesto a prueba con Battlefield 2: Euro Force, que sólo se puede descargar desde sus servidores.

LOS VIDEOJUEGOS CONTINUARÁN ESTRENANDO TÍTULOS PARA UN PÚBLICO MÁS ADULTO.

Los videojuegos no sólo se han hecho adultos sino que quieren que los adultos lleguen a ellos. Las compañías de desarrollo de programas de entretenimiento electrónico desean romper la imagen de "sólo para niños" y hacer que jubilados, amas de casa y oficinistas estresados mayores de 30 años disfruten con las maquinitas que hasta ahora compraban para los más pequeños. Para conseguir este objetivo, las compañías de videojuegos tienen previsto centrarse en productos más sencillos, basados en modelos conocidos, y nuevas formas de control que conviertan las consolas en karaokes, escenarios de concursos o máquinas recreativas de salón.

EL TAMAÑO DE LOS VIDEOJUEGOS SE REDUCIRÁ UN 70%.

La empresa Allegorithmic ha asegurado que las herramientas ProFX y MaP Zone 2 permiten que un videojuego de 1GB pueda pesar solamente 300 MB. Esta compresión permitirá agregar más cosas en el mismo espacio, sin reducir la totalidad del juego.

NIELSEN MEDIRÁ LA RELACIÓN ENTRE TELEVISIÓN Y VIDEOJUEGOS.

Nielsen Media Research ha anunciado el lanzamiento de su servicio electrónico de medición para videojuegos, GamePlay Metrics, con el propósito de seguir la compra de publicidad en este medio y establecer la relación entre los jugadores, la televisión, Internet y nuevas plataformas.

BASE DE DATOS MUNDIAL SOBRE LA INNOVACIÓN EN LOS VIDEOJUEGOS.

Un equipo de la Universidad Carnegie Mellon de Pittsburg ha montado una Base de Datos sobre Innovación en los Juegos cuyo objetivo es registrar la historia de la innovación en los videojuegos con la ayuda de los cientos de miles de aficionados repartidos por todo el mundo. La web se basará en el modelo de Wikipedia y permitirá a los usuarios consultar y editar los contenidos. La base de datos ya incluye 400 registros, con datos como la primera vez que se usaron barriles y cajas como obstáculos o cuál fue el primer disco duro para una consola.

FORMACIÓN EN VIDEOJUEGOS

LA UNIVERSIDAD ALEMANA CREA UNA CÁTEDRA DE VIDEOJUEGOS

La universidad de la ciudad alemana de Ilmenau ha creado una cátedra dedicada al estudio de la concepción, utilización, comercialización y efectos de los videojuegos. Según la universidad, el significado de los juegos digitales está subestimado por la ciencia.

MASTER EN DISEÑO Y PROGRAMACIÓN DE VIDEOJUEGOS DE LA UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID

El objetivo del Master en Diseño y Programación de Videojuegos es especializar al alumnado en las distintas fases del desarrollo del videojuego para su incorporación al mundo laboral. El título será expedido tras haber cursado los dos cursos de experto que lo componen: Curso de Experto en Diseño de Videojuegos y Curso de Experto en Programación de Videojuegos.

LA UNIVERSIDAD DE OVIEDO FORMARÁ EXPERTOS EN PROGRAMACIÓN DE VIDEOJUEGOS

A partir del curso 2006-2007, la universidad de Oviedo amplía su oferta formativa con un nuevo título oficial de Experto Universitario en Tecnologías de Programación de Videojuegos. El centro ovetense se convierte así en uno de los primeros a nivel nacional en ofrecer este tipo de estudios, muy demandados por los estudiantes. El curso aborda todos los aspectos técnicos relacionados con la creación de videojuegos (gráficos, comunicaciones, inteligencia artificial, simulación física, sonido, dispositivos de juego, etc.), y cuenta con la participación y supervisión de profesionales cualificados en la materia.

MASTER DE CREACIÓN Y PRODUCCIÓN DE VIDEOJUEGOS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA SAN ANTONIO DE MURCIA

En vista del auge del mundo de los videojuegos, la Universidad Católica San Antonio de Murcia ha tenido la iniciativa de impartir un Master de Creación y Producción de Videojuegos. El master consta de dos módulos (diseño / creación y programación) que se podrán cursar a la vez o no, a gusto del estudiante. En ambos se desarrollará un proyecto final consistente en la creación de un videojuego.

LA UNIVERSIDAD POMPEU FABRA SERÁ LA PRIMERA UNIVERSIDAD EUROPEA EN OFRECER DESARROLLO XBOX 360 EN SU CURRÍCULUM

La UPF será la primera universidad europea en ofrecer formación en Xbox 360, junto con algunas de las más prestigiosas universidades del mundo. De esta forma, la UPF se une a la University of Southern California, Georgia Tech y a la Southern Methodist University, así como la Universidad Politécnica de Tokio, la Ritsumeikan University y la Osaka Electro-Communication University, en el reducido círculo de universidades que formarán a los creadores de videojuegos para consolas de nueva generación. Concretamente, Microsoft dará a la UPF acceso a las herramientas de desarrollo XNA, específicas para Xbox 360, para que los estudiantes puedan adquirir experiencia trabajando sobre esta plataforma.

LA CAM ACOGE UN CURSO DE CREACIÓN DE VIDEOJUEGOS

El Aula de la Caja de Ahorros del Mediterráneo (CAM) de Alicante acogió en julio de 2006 un curso de creación de videojuegos dirigido a estudiantes y profesionales relacionados con el diseño, el arte, la animación o la programación, interesados en conocer sus diferentes técnicas de desarrollo.

CONFERENCIA SOBRE VIDEOJUEGOS DE LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA

La Asociación de Antiguos Alumnos de la Universidad de Navarra organizó una conferencia sobre videojuegos bajo el título "Ocio digital: ¿Sabes a qué juegan tus hijos? El profesor Fernando García Fernández, experto en Tecnología Informática Educativa y Comunicativa y colaborador de la Facultad de Navarra analizó los contenidos de los juegos y la influencia que tienen en niños y adolescentes.

II SEMINARIO INTERNACIONAL DE VIDEOJUEGOS DE LA UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID

El 6 de abril tuvo lugar en la Universidad Europea de Madrid el II Seminario Internacional de videojuegos, con el objetivo de dar continuidad a los vínculos establecidos entre todos los actores que participan en este ámbito (industria, usuarios, medios de comunicación y especialistas), que ya estuvieron presentes en el Seminario celebrado en 2005.

LA EVOLUCIÓN DE LOS VIDEOJUEGOS, A DEBATE EN LOS CURSOS DE VERANO DE BARREDO

El campus universitario de Barredo reunió a los profesionales más influyentes de la industria de los videojuegos para debatir sobre el futuro del sector dentro de los cursos de verano de la Universidad de Oviedo. Un total de quince ponentes pasaron por el salón de actos del complejo universitario mierense para explicar a los estudiantes el proceso de creación de un videojuego.

LA UNIVERSIDAD BOCCONI CONVIERTE LA ECONOMÍA EN JUEGO

Ya son más de 13.000 las personas que han instalado en su teléfono móvil Ice Cream Empire (ICE), un juego de simulación lanzado por la prestigiosa Universidad Bocconi de Milán, en el que el estudiante debe gestionar una actividad artesanal de producción y venta de helados. De este modo la Bocconi, que en 1902 se convirtió en la primera universidad de Italia en ofrecer la Licenciatura en Economía, es también la primera que utiliza un videojuego para difundir sus enseñanzas y a la vez promocionarse entre los futuros estudiantes.

INVESTIGADORES UNIVERSITARIOS CREAN UNA WEB EDUCATIVA SOBRE VIDEOJUEGOS

El grupo de investigadores universitario JovenTIC, formado por profesores de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) y la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), ha participado en la creación de una web educativa sobre videojuegos orientada a padres y educadores. La puesta en marcha de esta web es una iniciativa de la multinacional Electronic Arts (EA), y tiene como objetivo informar a los consumidores sobre el uso y la función que han de cumplir los videojuegos en la vida de los niños.

VIDEOJUEGOS Y MÓVILES:

En un futuro los teléfonos móviles se convertirán en un elemento digital multidisciplinar que permitirá a los usuarios ver televisión, escuchar música, jugar a juegos diversos, etc. Según Graptel, el grupo de análisis vinculado al Ministerio de Industria, el mercado español de contenidos digitales para teléfonos móviles- vídeos, juegos y canciones- pasará de 875 millones de euros en 2005 a cerca de 3.200 millones de euros en 2010.

Las compañías ven en la telefonía móvil la plataforma perfecta para captar a jugadores esporádicos, a los que llaman Casual Players. Su efecto es tan potente que la industria del videojuego factura actualmente casi cien millones de euros en versiones para teléfonos móviles.

El 51,7% de los españoles juega habitualmente con su móvil y el sector crecerá un 40% anualmente según un estudio de eBrain- Mobile. Se trata de un dato bastante revelador, teniendo en cuenta que el mercado de videojuegos para móviles cuenta con menos de cuatro años en España. La mayoría de los usuarios de móviles –un 60%- juega sobre todo cuándo viaja en el transporte público, dedicando como media entre 10 y 20 minutos a esta actividad (un 26,3% de los encuestados) o entre 20 y 60 minutos (un 26,3% de los encuestados).

Los usuarios de esta forma de ocio se autodefinen como selectivos ya que un 42,4% sólo instala en su terminal aquellos juegos en los que está realmente interesado. El 75,7% de los encuestados considera además que los videojuegos para móviles están infravalorados en relación a los juegos para consolas. Respecto al motivo que les lleva a consumir juegos para móvil, el 46,9% indica que fueron los medios de comunicación los que suscitaron su interés por esta forma de diversión. Los juegos que más se consumen en este campo son los de lógica e inteligencia con un 53.1%, seguidos de los de estrategia, aventura y acción. Se espera que en 2010 las descargas de los videojuegos se cuenten por billones.



VIDEOJUEGO SOBRE LOS SAN FERMINES

Después del éxito alcanzado por el videojuego San Fermín, que obtuvo 15.000 descargas en su primera edición, Movistar presentó la segunda edición de este videojuego para móvil, San Fermín 2006. El juego invita a los usuarios a meterse de lleno en el espíritu festivo, corriendo y saltando delante de los toros por las calles de Pamplona. La compañía también se ha decantado por el lanzamiento de videojuegos relacionados con series televisivas de gran audiencia como Aquí no hay quién viva, películas como Torrente, o videojuegos deportivos como Alonso Racing 2006; así como por la promoción de novedades y exclusivas como el videojuego de Superman.



Fuente: Capital Revista

VIDEOJUEGO SOLIDARIO SOBRE ANIMALES

My little dogs es el título de un videojuego para móviles, basado en una licencia de Bandai, que permite al usuario adoptar un perro y cuidarle cada día desde el teléfono móvil. Del precio de descarga del videojuego 0,25 céntimos son donados a la organización protectora de animales El Refugio.



Fuente: Noticiasdot.

UNA AMPLIA VARIEDAD DE TÍTULOS

- La descarga de Medal of Honor ya es posible para móviles en toda Europa. En él, los videojugadores toman la personalidad de un soldado tras las líneas enemigas que deberá sabotear los planes del ejército enemigo para construir cohetes V2. Los jugadores se convierten en héroes a medida que acaban con sus enemigos.
- Otro juego para móvil es Emergencia 112, con un amplio objetivo didáctico pues enseña al jugador los conocimientos básicos sobre primeros auxilios: respiración boca a boca, masaje cardiaco, etc.
- 24 es el título de otro videojuego basado en la famosa serie televisiva, que combina varias fases de conducción, acción, puzzles y pruebas de habilidad mental. Este juego, donde las decisiones del jugador influyen en el transcurso de la aventura, obtuvo el premio BAFTA -concedido por la Academia Británica de las Artes, el Cine y la Televisión- al mejor videojuego para teléfonos móviles 2006, por encima de títulos tan conocidos

como Tetris Manía, The Sims, Civiltation o Quién quiere ser Millonario, todos ellos para móviles.

- Uno de los Nuestros es el videojuego basado en la película de Martin Scorsese. A lo largo de 8 horas estimadas de juego, el jugador tendrá que ganar todo el dinero posible jugando al póker, hacer trampas, traficar con mercancías ilegales y obtener intereses de préstamos fraudulentos. Se trata del primer simulador de estrategia social basado en el mundo de la mafia que se ha realizado para teléfonos móviles.
- Por primera vez en España el famoso personaje de televisión el Neng de Castefá protagoniza una serie exclusiva para teléfonos móviles. Las leyendas urbanas del Neng consta de veinte capítulos en los que el protagonista se dedica a contar sus aventuras.
- Todos aquellos que aman el deporte y la velocidad están de suerte con la llegada de Pedrosa GP 2006. Se trata de una recreación realista y espectacular del pilotaje de una moto de competición, con un fácil y ergonómico control. El videojuego consta de varios circuitos reales y uno secreto, para los auténticos maestros, que sólo se desbloquea cuando se completan todos los anteriores.
- El gran ciclista Miguel Indurain también tiene su videojuego oficial. En él, el jugador puede conocer todos los éxitos alcanzados por el famoso ciclista navarro a través de un recorrido biográfico por su carrera deportiva. Se puede jugar en dos tipos de etapas: etapas en ruta y etapas contrarreloj. El juego está disponible a través de los operadores de telefonía móvil y otros distribuidores autorizados.
- El juego móvil Eragon, distribuido mundialmente por Vivendi Games Mobile, recoge los elementos gráficos, la historia y el estilo de combate de la versión para consolas. Los jugadores pueden controlar al héroe Eragon y a la dragona Saphira alternativamente, usando una combinación de teclas sencilla que permite múltiples acciones dependiendo de la situación.



Fuente: Licencias de Actualidad.

INNOVACIÓN EN VIDEOJUEGOS PARA MÓVILES

Nokia se siente preparada para hacer la competencia a Nintendo DS y PSP con nuevos móviles de serie N. Conscientes del éxito de los teléfonos móviles, los nuevos terminales de la compañía finlandesa ofrecen pantallas panorámicas, controles adaptados a los juegos y tarjetas gráficas de ATI; todo ello acompañado de acuerdos con las principales compañías de videojuegos como Electronic Arts, que tiene previsto editar en versión móvil juegos como Tetris, Tetris Manía, The Sims 2, Doom, FIFA 06, Tiger Woods PGA Tour 06 o FIFA Street 2.

NUEVAS EMPRESAS DE VIDEOJUEGOS PARA MÓVILES

- Commodore ha anunciado la firma de un acuerdo con The Content Factory para crear una nueva marca o empresa destinada a la creación de videojuegos. Su nombre es Commodore Gaming.
- La compañía Enne Entertainment Studios ha entrado en el mundo de los videojuegos con Actos de Conquista, un título de aventura y estrategia para móviles que salió al mercado en el mes de Noviembre. El juego, que destaca por su calidad gráfica y por su interesante trama, dispone de dos niveles de dificultad: normal y mortal.
- La empresa salmantina Unkasoft empezó a comercializar a finales de abril El Cuarto Sello, la primera serie española de videojuegos para teléfonos móviles compatible con todos los modelos de terminal al utilizar la novedosa tecnología BattleWizard.
- Vivendi ha anunciado la creación de una unidad de negocio dedicada en exclusiva al mercado de los juegos móviles. Vivendi Universal Games ha insinuado posibles acuerdos de compras de editores de videojuegos con el fin de expandir su negocio a juegos móviles.



VIDEOJUEGOS ONLINE

Recientemente Internet se ha transformado en un nuevo medio para los jugadores de videojuegos. Durante el año 2006 la División de Psicología de la Universidad de Nottingham, en Reino Unido, llevó a cabo una investigación para conocer el perfil sociodemográfico de estos videojugadores online. Los resultados mostraron que la mayoría de los jugadores online eran hombres (aproximadamente el 85%), con edades superiores a los 19 años (en el 60% de los casos). Conforme a los datos obtenidos es clara la evidencia de una clientela online claramente adulta, lo que desmitifica la imagen estereotipada del jugador adolescente.

En lo que respecta a la nacionalidad la mayoría de los jugadores online se declararon norteamericanos (73% americanos y 8% canadienses), seguidos de los ingleses (4%), alemanes (2%), australianos (2%), suecos (2%) y franceses (2%), así como de diversas nacionalidades que contribuyen a sumar el 7% restante, provenientes de países como Dinamarca, Taiwán, Austria, Nueva Zelanda, Japón y Suiza.

Respecto a la frecuencia de juego, un pequeño porcentaje (el 8%) admitió jugar menos de diez horas a la semana de manera online, el 25% reconoció jugar entre 10 y 20 horas a la semana, otro 25% entre 21 y 30 horas y un 18% entre 31 y 40 horas. Del 24% de jugadores restante, el 9% afirmó jugar entre 41 y 50 horas, y un 15% más de 50 horas a la semana. A la pregunta de cuánto tiempo llevaban jugando online la respuesta fue muy variada: el 3% afirmó que acababa de empezar, un 8% declaró que jugaba desde hacía uno o dos meses, el 12% desde hacía aproximadamente cuatro meses, el 19% desde hacía ocho meses. Aproximadamente el 19% confesó practicar el juego online desde hacía más de un año, el 11% desde hacía un año y medio, cerca de dos años el 14% y más de dos años el 13%.

Por su parte, la firma Parks Associates prevé que en el año 2010 la facturación de los juegos online se cuadruplicará alcanzando la cifra de 3.427 millones de euros (4.400 millones de dólares), basándose en el crecimiento que este tipo de forma de jugar ha experimentado en los últimos años.

ACCLAIM VUELVE AL MERCADO DEL VIDEOJUEGO ONLINE

Acclaim Games esta lista para entrar en el mercado del videojuego como experta en juegos masivos online. La compañía se va a encargar de distribuir versiones localizadas de juegos orientales, siendo gratuito tanto descargarlos como jugar pero con publicidad dentro de ellos.

VIDEOJUEGOS SOCIALES EN LA RED

Los political games son las nuevas herramientas con las que diferentes colectivos intentan concienciar a la sociedad sobre las penurias del Tercer Mundo o sobre los abusos que algunos gobernantes realizan en sus países. Estos videojuegos encuentran en Internet una interesante plataforma desde la que darse a conocer.

- 9/11 survivor es el political game más famoso en Estados Unidos. Fue creado por los alumnos del artista Brody Condon dos años después del ataque terrorista a las Torres Gemelas. En el videojuego el protagonista, atrapado en el World Trade Center, debe decidir entre enfrentarse a las llamas o saltar desde el edificio.
- Un colectivo de activistas italianos, Mollenindustria, ha ganado notoriedad gracias a TuboFlex, un videojuego ambientado en 2012 donde una organización de recursos humanos traslada a sus trabajadores según la oferta y la demanda de las compañías.
- En España, un grupo de jóvenes magrebíes ha creado Bordergames, un juego en el que comparten con el jugador sus aventuras diarias para encontrar trabajo, comida y casa.
- Frasca es el creador del videojuego September 12th, un pequeño juego en Flash cuya intención es analizar la cruzada americana contra el terror.
- Full Spectrum Warrior es un videojuego que la armada americana presenta como sistema de entrenamiento para sus integrantes. En él, miles de marines se lanzan al asalto de una ciudad, equipados con la más potente tecnología militar.
- Bush Backrub saltó a Internet después de que el presidente Bush le diera a la alemana Ángela Merkel un espontáneo

masaje en la espalda durante la cumbre del G-8 en San Petersburgo. Siguiendo esta filosofía, los jugadores tienen que dar masajes alternativamente a Merkel, al presidente ruso Vladimir Putin y al líder de Corea del Norte, Kim Jong Il, apresurándose por atenderlos a todos.

- Unos días después de que saltara la noticia del arresto de Mel Gibson por conducir borracho saltó a la fama el videojuego *So You Think You Can Drive, Mel?*, protagonizado por un Gibson ebrio que ha de evadir a los agentes de la policía estatal.

Fuente: GSN



VIDEOJUEGOS Y LITERATURA

ASESINATO EN EL ORIENT EXPRESS SE CONVIERTE EN VIDEOJUEGO

El veterano estudio AWE Games y el famoso autor Lee Sheldon se han unido de nuevo para crear la segunda entrega de una saga de aventuras para PC, inspiradas en las novelas de la conocida escritora Agatha Christie. Así, la conocida novela "Asesinato en el Orient Express" revive en esta adaptación en forma de videojuego, con una duración de veinte horas, y donde el jugador tendrá que ayudar a Hércules Poirot a resolver el asesinato del Sr. Rachett. El juego contará con varios giros argumentales y un sorprendente final distinto al de la novela original.



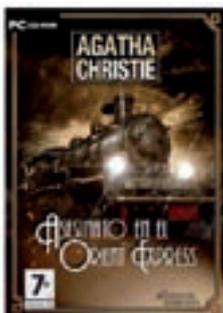
Fuente: Fantasymundo



Fuente: Aullidos



Fuente: Hardgame2



Fuente: Noticiasdot

ADAPTACIÓN DE LA NOVELA ERAGON AL MUNDO DEL VIDEOJUEGO

Eragon, el éxito editorial de Christopher Paolini entre los adolescentes, ha visto realizada su adaptación al videojuego de la mano de Vivendi Universal Games. La historia de Eragon está basada en una novela de aventuras fantásticas cuyo protagonista es un joven granjero que, con la ayuda de un dragón, se ve sumergido en un mundo de magia y

poderes. Stormfront Studios ha desarrollado el juego para las consolas de sobremesa PS2, Xbox 360, Xbox y PC, mientras que Amaze Entertainment se ha encargado de las consolas portátiles GameBoy Advance, Nintendo DS y PSP.

VIDEOJUEGO DE EL CÓDIGO DA VINCI

2K Games ha sido el responsable de la conversión al videojuego del famoso libro de Dan Brown, El Código Da Vinci. El videojuego, lleno de apasionantes aventuras, recoge los personajes y escenarios del libro original.

LA MATERIA OSCURA LLEVADA AL VIDEOJUEGO.

Sega y New Line Cinema anunciaron un acuerdo mediante el cual Sega se encargará de crear los videojuegos oficiales de la trilogía de películas basadas en La Materia Oscura, la obra del afamado escritor Philip Pullman que ha vendido más de diez millones de copias en todo el mundo.

LIBROS SOBRE VIDEOJUEGOS REALIZADOS COMO GUÍAS DE VIAJES

Los videojuegos, cada vez más complejos y con más posibilidades, abren la puerta a su vez a la edición de libros explicativos que describan todo lo que se puede llegar a hacer con ellos. Éste es el caso, por ejemplo, de la guía editada por BradyGames para el juego Grand Theft Auto, que desde que salió a la venta en octubre de 2004 ha logrado vender casi un millón y medio de copias. Estas guías, similares a las turísticas, pretenden orientar al lector en un entorno que no conoce, donde hay muchas posibilidades de actuación diferentes y donde determinadas acciones traen consigo consecuencias que es mejor conocer de antemano.



LOS CÓMICS Y EL VIDEOJUEGO

LOS CÓMICS ESTÁN PASANDO DEL PAPEL A LAS PANTALLAS DE CONSOLAS Y ORDENADORES GRACIAS A VIDEOJUEGOS QUE PERMITEN A SUS AFICIONADOS RECREAR LAS AVENTURAS Y DESVENTURAS DE SUS HÉROES. LAS CLAVES DE ESTE ÉXITO SE BASAN EN LOS EFECTOS ESPECIALES QUE POSEEN Y EN LA POSIBILIDAD DE INTERACTUAR CON OTROS JUGADORES QUE ESTE TIPO DE JUEGOS OFRECE.

LOS HÉROES DE MARVEL

Marvel ha sido siempre una de las grandes canteras de héroes de cómic y ahora también de los videojuegos. *Marvel: Ultimate Alliance* es el videojuego para consolas de última generación que permite al jugador encarnarse en alguno de los más famosos superhéroes de la casa y embarcarse en una misión, mezcla de rol y acción, que determinará el destino de la Tierra y del mismísimo universo Marvel. Spiderman, Lobezno, Blade, La Cosa, el Capitán América, Electra, Thor o el Motorista Fantasma son algunos de los 20 personajes con los que el jugador cuenta para crear su propio equipo de combate, formado por hasta cuatro miembros. Diecisiete exóticas localizaciones entre tierra, mar y aire sirven de escenario a los múltiples combates que permiten al jugador no solo meterse en la piel de su superhéroe favorito, sino también cooperar con los demás.

Por otra parte, "El Motorista Fantasma", todo un icono sobre dos ruedas, ha conseguido desmarcarse mediante su propio título de acción basado en el famoso superhéroe de poderes sobrenaturales. El juego, publicado por 2K Games, se basa tanto en el héroe del cómic clásico como en la adaptación para la gran pantalla -el film de acción y aventuras protagonizado por el oscarizado Nicolas Cage junto con Eva Mendes y Wes Bentley, como el villano Blackheart-. El Motorista Fantasma, que incluye muchos de los personajes y motocicletas del cómic y la película, sumerge a los aficionados en un mundo en tercera persona envolvente y sobrenatural con una combinación perfecta de combate cuerpo a cuerpo y acción vertiginosa sobre dos ruedas.



Fuente: Aullidos

Uno de los últimos personajes de Marvel en pasar por la máquina del tiempo para rejuvenecer unos años es Spiderman. En *Ultimate Spiderman*, siguiendo la trayectoria de su clon de papel, el Peter Parker virtual deja Manhattan para regresar a Queens, el barrio neoyorkino donde creció y donde vivirá sus primeras aventuras.

Sus colegas de Marvel antes conocidos como Patrulla X pasan a ser conocidos como X-Men tanto en videojuegos como en la pantalla grande. En este nuevo capítulo de su historia, conocido como X-Men Legend 2, los buenos del profesor Xavier y los malos aliados con Magneto habrán de unir sus fuerzas para vencer a Apocalipsis, un terrible enemigo común.

MANGA Y VIDEOJUEGOS

Durante el 2006, Ubisoft ha anunciado la firma de un contrato estratégico con TV Tokyo y Shueisa Inc. para desarrollar videojuegos basados en Naruto, el famoso personaje de manga y animación creado por Masashi Kishimoto. Las



nuevas aventuras del ninja de Konoha se publicarán en diversos territorios occidentales (EEUU, Canadá, América del Norte y Europa) durante el 2007.

Fuente: Licencias de Actualidad

LOS CÓMICS DE ARCHIE

FXLabs Studios ha comenzado la producción de Archie's Riverdale Run, un videojuego basado en los cómics de Archie que saldrá a la venta a lo largo del 2007. Los fans de Archie y compañía encontrarán en él a todos los personajes en 3D, desde el propio Archie y Betty hasta Veronica, Reggie y el

resto, con un diseño que mantendrá su línea pop-art de los sesenta. Los desarrolladores también representarán toda la ciudad de Riverdale con los principales escenarios de los cómics.

100 BULLETS

Aunque la carrera del comic "100 Bullets" dentro del mundo de los videojuegos se detuvo cuando Acclaim cerró, ahora ha sido reiniciada por D3 Publisher, que se ha hecho con los derechos, tras firmar un acuerdo con Warner Bros. Interactive Entertainment. El contrato ha permitido que D3 comience a desarrollar un juego para consolas, PC, y portátiles basado en el conocido cómic. Se trata de un producto totalmente nuevo, en el que no se reutilizarán materiales de la obra de Acclaim. El primer juego de "100 Bullets" llegará en el tercer cuarto del 2007.



68

Fuente: Hardgame2

HELLBOY

En 2006 Konami Digital Entertainment GmbH anunció oficialmente que iba a adaptar *Hellboy* (título provisional) para PlayStation 3, Xbox 360, PSP y teléfonos móviles. Basado en la aclamada serie de cómics de Dark Horse, *Hellboy* lleva a los jugadores hasta una nueva aventura caracterizada por una inconfundible mezcla de acción y humor. Trasladando a los jugadores al oscuro y detallado mundo creado por el legendario Mike Mignola, *Hellboy* cuenta las nuevas aventuras del musculoso guerrero rojo.



Fuente: K41.pbase.com

LA PUBLICIDAD LLEGA A LOS VIDEOJUEGOS

La publicidad ha llegado directamente a la última pantalla que aún estaba libre de su dominio: la de la videoconsola. Aunque en los videojuegos la publicidad empezó a finales de los años 80, el verdadero boom llega ahora con su difusión masiva por Internet, que permite a varios usuarios conectados por ordenador jugar entre ellos. En estos juegos, los anuncios aparecen al principio, en mitad y al final, como en las películas de televisión.

Varios estudios publicados recientemente han demostrado la eficacia y la oportunidad de anunciarse en esta nueva plataforma, por lo que se calcula que este mercado, por el que las marcas más punteras compiten entre sí para colocar sus anuncios en los videojuegos de moda, genera unos 60 millones de dólares anuales. Según la empresa Massive Incorporated, especializada en publicidad en videojuegos, esta cifra alcanzará los 2.500 millones de dólares antes de 2010, lo que confirmaría las mejores expectativas.

La empresa Nielsen ha realizado un estudio en el que demuestra que el 87% de los jugadores recordaba aquellas marcas con las que había interactuado a través de un videojuego. Además, de momento, los expertos consideran que esta publicidad ha sido bien recibida por los fans. Según Massive Incorporated, "al 90% de los usuarios no les molesta que se incluyan anuncios reales siempre que se adapten al ambiente del juego".

Una virtud esencial del soporte a la hora de planificar la comunicación, según la agencia de publicidad Mediaedge es el grado en que se involucra al consumidor, ya que el anunciante tiene que potenciar el escapismo, es decir, integrarse en una realidad alternativa donde reside el atractivo de jugar. Cita como ejemplo los juegos de coches, donde el usuario puede elegir un modelo real de manera que el rendimiento dentro del juego "le hace desearlo en la vida real". Los consumidores "recordarán más ese modelo y a la hora de adquirir un automóvil preferirán uno que dé buenos resultados dentro del juego a uno que en el videojuego sea más lento", afirma el estudio realizado por la citada agencia. Los anunciantes, en estos casos, prefieren anuncios poco convencionales, que se puedan modificar con rapidez o que formen parte del juego. De esta forma, la marca tiene mucho más protagonismo, sin molestar al jugador.

Por otra parte, los sitios web de juegos alcanzan ya al 50% de la población conectada en EEUU, según un estudio realizado por comScore Networks, que examina el comportamiento y las actitudes de todos los segmentos de jugadores. El estudio analiza las actitudes hacia la práctica emergente de incluir publicidad en el transcurso del juego y muestra que Internet es una forma potencialmente efectiva de llegar a los jugadores que juegan en todo tipo de plataformas. Las conclusiones del estudio realizado por comScore se centran en que las reacciones negativas de algunos jugadores a este tipo de publicidad no deben suponer un freno a los anunciantes, dados los evidentes efectos positivos: sólo un 15% de los jugadores admite que sería improbable que jugara a videojuegos con este tipo de publicidad, mientras que hasta un 56% reconoce que este tipo de publicidad no tendría ningún impacto en su comportamiento.

Las casas de videojuegos quieren explotar esta vía de ingresos, que les facilitará la amortización del desarrollo de productos y las campañas de marketing mientras que las agencias de publicidad empiezan a ver en él un mercado incipiente.

CÓMO APARECER EN LOS JUEGOS

Hay diversos modos de que la publicidad aparezca en los videojuegos lo que conlleva distintos grados de interactividad.

Product placement. El producto se integra dentro de la historia que se desarrolla en el juego. Puede tener un gran impacto y dar impresión de realismo, pero resulta más caro que otras acciones y requiere que el emplazamiento se decida meses antes del lanzamiento. Los anunciantes encuentran un terreno prácticamente virgen, publicitariamente hablando y los usuarios, prácticamente en su totalidad (90%), prefieren esta publicidad pues dicen que aporta más realismo al escenario del juego.

Los profesionales del marketing gastaron 56 millones de dólares el pasado año en publicidad y product placement en videojuegos, de acuerdo con la firma de investigación Yankee Group. Yankee predice que ese número alcanzará los 730 millones de dólares en 2010.

Portales de juegos. Los gamers acuden a estas páginas para encontrar información, compartir trucos o descargar complementos, lo que las convierte en un sitio ideal para colocar publicidad contextual, si se quiere captar a ese público objetivo. Los anuncios tienen un gran alcance, un plazo de entrega corto y son escalables. Sin embargo, obtienen menos atención que cuando se integran en el juego y compiten con otros anuncios.

Patrocinio de torneos de juegos. Se suelen celebrar torneos y competiciones, tanto online como offline, en los que la marca puede actuar como patrocinador o colaborador. De esta forma cultiva una imagen positiva y se dan múltiples opciones de impresión del logo, pero el alcance es menor que en otras acciones y los resultados finales son inciertos.

Publicidad dinámica en el juego. Con esta modalidad se integraría publicidad en un cartel o valla dentro del juego. Se pueden introducir distintos anuncios, que rotarían. El plazo de entrega puede ser corto pues los anuncios pueden actualizarse al jugar en red usando la web y pueden dar opciones de interactividad. Sin embargo, esta modalidad aún no está muy desarrollada y existe el riesgo de que resulte demasiado intrusiva para el usuario.

Advergaming. Se crea un juego expresamente para una marca, que suele estar disponible para jugar online o descargarse en el ordenador. Estos juegos proporcionan una experiencia única al usuario, que queda inmerso en el mundo de la marca. Algunos juegos de marca han conseguido una amplia difusión, pero hay que tener en cuenta su elevado coste y la variedad de edad del público objetivo.

Las marcas están empezando a confiar en los juegos publicitarios para promocionarse en Internet ganando clientes. Una investigación realizada por Yahoo!, OMD Insight y Skive, agencia de diseño interactivo, confirma que los advergaminges son cada vez más efectivos y aportan un reconocimiento positivo de la marca.

En el estudio Game On, realizado sobre 6.500 adultos del Reino Unido, los consultados tenían que elegir un advergaming entre nueve, jugar y después rellenar un cuestionario. La encuesta arrojó resultados muy positivos, pues el



Fuente: Diario ADN

45% de los consultados afirmó que en un futuro compraría productos de la marca del advergaming al que jugó (los que no jugaron sólo compartían esta afirmación en el 12% de ocasiones).

MICROSOFT ADQUIERE UNA COMPAÑÍA DE PUBLICIDAD EN VIDEOJUEGOS

Durante 2006 Microsoft adquirió la empresa de publicidad para videojuegos Massive, con el propósito de utilizar la tecnología desarrollada por esta última para aplicarla en sus próximas creaciones. La acción pone de manifiesto hasta qué punto los anuncios publicitarios dentro de los videojuegos constituyen una de las más innovadoras estrategias para cubrir los gastos de desarrollo de los mismos.

ELECTRONIC ARTS SUSCRIBE UN ACUERDO PARA INCORPORAR PUBLICIDAD EN SUS VIDEOJUEGOS

La compañía estadounidense de software de entretenimiento para videojuegos Electronic Arts Inc (EA) ha suscrito un acuerdo con IGA Worldwide Inc, red líder independiente de publicidad en videojuegos, con el fin de ofrecer a todos los vendedores nuevas posibilidades de publicidad dinámica (que consiste en un conjunto de tecnologías y aplicaciones informáticas que permiten emitir mensajes multimedia, y comunicarse así de una manera innovadora con el público objetivo de cada empresa) en algunas franquicias EA en todo el mundo. Mediante este acuerdo, se incorporará una cartera de juegos EA en la red global de IGA. El primer videojuego de EA que incorpora publicidad mediante IGA es Battlefield 2142, desarrollado por DICE en Estocolmo (Suecia). Al menos dos títulos más de EA ofrecerán capacidades de publicidad dinámicas en el curso del acuerdo con IGA.

THQ FIRMA UN ACUERDO CON DOUBLE FUSION PARA INTRODUCIR PUBLICIDAD EN SUS VIDEOJUEGOS

El 8 de marzo THQ anuncia un acuerdo con Double Fusion, uno de las compañías líderes de gestión de publicidad en videojuegos, para explotar sus próximos títulos de nueva generación. Los resultados de esta unión se empezarán a ver en 2007 con la incorporación de publicidad en títulos como Juiced 2 Hot Import Nights o Stuntman Ignition.

VIDEOJUEGOS Y SERIES DE TELEVISIÓN

Si ya es algo normal que las grandes superproducciones cinematográficas terminen siendo importantes videojuegos y que éstos, a su vez, inspiren cada vez más al mundo del celuloide, el turno ahora les ha llegado a las series de televisión. Se establece así una relación de mutuo beneficio por la que las productoras televisivas alargan sus ganancias mientras que las productoras de videojuegos aseguran sus ventas al ofrecer un producto basado en personajes que, de entrada, son conocidos y gustan al gran público.

MUJERES DESESPERADAS LLEGA AL VIDEOJUEGO

En el juego, inspirado en las aventuras y desventuras de este grupo de mujeres en Wisteria Lane, el jugador toma el papel de una nueva vecina que acaba de mudarse al perfecto barrio residencial y que irá descubriendo poco a poco los escándalos que se esconden en la pequeña localidad. El juego continúa la fórmula basada en la combinación de drama y humor negro que tanto ha entusiasmado a los seguidores de la serie.



Fuente: 3D Juegos



Fuente: 3D Juegos

SERIE HUMORÍSTICA ADAPTADA AL VIDEOJUEGO

MTV Games trabaja en la adaptación a videojuego de su famosa serie de gags humorísticos Jackass. El videojuego, que se llamará Jackass The Game está siendo desarrollado por Red Mile Entertainment y Sidhe Interactive.

LA SERIE LOS SOPRANO TAMBIÉN EN VIDEOJUEGO

La compañía THQ confirmó la adquisición de derechos para desarrollar un videojuego basado en dicha serie. El estudio encargado de llevarlo a cabo es 7 Studios, que contará con la colaboración de los propios actores a la hora de doblar las voces de los personajes.



Fuente: 3D Juegos

CORRUPCIÓN EN MIAMI EN VIDEOJUEGO

El videojuego, que tiene el mismo título de la famosa serie ochentena Miami Vice, lleva a la PSP la adaptación interactiva de la misma. Los míticos agentes Crockett y Tubbs vuelven a estar preparados para dar el salto y limpiar la ciudad de Miami de toda la corrupción existente.

EL VIDEOJUEGO DE LA SERIE PADRE DE FAMILIA

2K Games, el sello editorial Take Two Interactive Software y la Twentieth Century Fox son los encargados de desarrollar y publicar el videojuego de la famosa serie de televisión Padre de familia. Los jugadores podrán disfrutar de las aventuras de esta familia caracterizada por su peculiar sentido del humor.

LA SERIE TELEVISIVA PERDIDOS CONTARÁ CON SU PROPIO VIDEOJUEGO

Ubisoft confirmó su desarrollo para PC y consolas gracias a un acuerdo alcanzado con Touchstone Television. El desarrollo del juego corre a cargo del estudio de Ubisoft en Montreal, en estrecha relación con los guionistas y actores de la serie.

VIDEOJUEGO PARA LITTLE BRITAIN

Blast! Entertainment llegó a un acuerdo con Granada Ventures para editar el primer videojuego basado en la serie de sketches cómicos Little Britain, de gran éxito en el Reino Unido, que se centra en recrear con acidez diferentes aspectos cotidianos de los británicos. Los estudios Revolution, Gamerholix y Gamesauce son los encargados de desarrollar este videojuego en el que los personajes cuentan con las voces originales de los cómicos y del narrador de las diferentes historias televisivas.

LOS SIMPSON DE NUEVO EN VIDEOJUEGO

EA prepara el lanzamiento al mercado de un videojuego basado en la popular serie de animación Los Simpson, gracias a los derechos que adquirió tras el acuerdo alcanzado con Twentieth Century Fox Television y Gracie Films, las entidades beneficiarias de los derechos de la que se considera la serie de animación de mayor éxito mundial en los últimos veinte años.

ANUNCIADO EL VIDEOJUEGO DE CÁMERA CAFÉ

Nobilis Ibérica hizo público el lanzamiento del videojuego basado en la exitosa serie de televisión, Camera Café. La acción sitúa al jugador en la clásica oficina de la serie, junto a sus clásicos personajes, con los que podrá divertirse siendo la máquina del café el testigo de las más increíbles situaciones.



Fuente: Hardgame2

STARGATE EN VIDEOJUEGO

Ahora la popularidad de esta serie de televisión, que se basó en una película del mismo nombre, llega en forma de videojuego. Stargate Worlds es el nombre de este título desarrollado por Cheyenne Mountain Entertainment que llegó a un acuerdo con MGM para realizarlo.

LOS PERSONAJES DE CARTOON NETWORK SE PASAN A LOS VIDEOJUEGOS

Cartoon Network ha firmado varios acuerdos con diversas compañías interactivas para que los protagonistas de sus series tengan sus propios videojuegos. Así, se une a Midway para crear Las Macabras Aventuras de Billy y Mandy, y también un nuevo título basado en Aqua Teen Hunger Force, previsto para 2007. The Game Factory desarrollará y distribuirá Cartoon Network Racing, mientras Crave Entertainment crea juegos basados en las exitosas series Foster y la casa de los amigos imaginarios y Campamento Lazlo.



Fuente: Licencias de Actualidad

JOHNY BRAVO Y LAS SUPERNENAS SALTAN A LOS VIDEOJUEGOS

La firma Proein y The Game Factory anunciaron su línea de productos infantiles entre los que figuran estrellas de la pequeña y gran pantalla como Garfield, Las Suprnenas, Johny Bravo y Tarta de Fresa.



Fuente: Diario Montañés

WARNER BROS INVIERTE EN SCI

La productora cinematográfica Warner Bros anunció la inversión realizada en la productora de videojuegos SCi. Como resultado de esta operación, SCi se hace con los derechos de varias series clásicas de televisión como Looney Tunes, producciones de Hanna-Barbera, Batman y The OC, entre otras.

Y A LA INVERSA...LOS JUGADORES PROFESIONALES DE VIDEOJUEGOS EN EEUU SERÁN ESTRELLAS DE LA TELEVISIÓN.

Esto sucederá gracias a la decisión de la cadena por cable USA Networks de retransmitir la Liga Profesional de videojuegos, a raíz de un acuerdo firmado con la Major League Gaming (MLG). Con esta decisión la Liga Profesional de Videojuegos se eleva al nivel de un deporte profesional y se vuelve accesible al mercado masivo.



VIDEOJUEGOS Y CINE

La industria de entretenimiento ofrece cada vez más una misma idea original en los diferentes formatos de cine, televisión y videojuego, lanzándola en cada uno de los medios al mismo tiempo. En el caso del cine, los juegos basados en películas taquilleras suponen una vía para cubrir el presupuesto de las mismas, que en ocasiones supera los 200 millones de dólares. Del mismo modo, las compañías de videojuegos se benefician de los millones de dólares que la industria cinematográfica gasta en promocionar las cintas que inspiran sus productos.

Aunque en un principio se comenzó llevando el videojuego al cine actualmente también sucede lo contrario, siendo muy frecuentes los héroes de la gran pantalla que inspiran a las compañías en el desarrollo de videojuegos. Hoy por hoy, las estrellas de cine no ponen reparos a convertirse en protagonistas de los mejores juegos del año, las películas de éxito se convierten en videojuegos de éxito y los mejores videojuegos, a su vez, en largometrajes.

Pero, si bien las sinergias entre el cine y los videojuegos son cada vez más evidentes y cada vez el videojuego es una parte más a tener en cuenta a la hora de evaluar el éxito económico de las superproducciones, los elementos de una buena película no son idénticos a los que aparecen en buen videojuego, razón por la cual cada producto ha de hacerse dirigido a sus respectivas audiencias.

75

DEL CINE AL VIDEOJUEGO...

- Los seguidores de la saga de Star Wars tienen a su alcance un nuevo videojuego, Star Wars II, lanzado al mercado por Lego. En este juego, los fans pueden elegir entre más de cincuenta personajes y revivir sus secuencias favoritas.

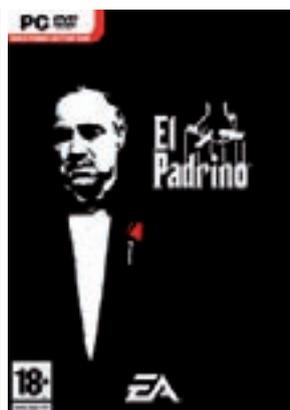


Fuente:
Licencias de Actualidad

- El legendario Superman llega a los videojuegos de la mano de Electronic Arts. El título Superman Returns se estrenó tras el lanzamiento del quinto filme sobre la mítica historieta, tras 19 años de ausencia.
- Electronic Arts ha creado el videojuego El Padrino, la versión interactiva de la novela de Mario Puzo y del clásico de Paramount Pictures, que supone la última interpretación de Marlon Brando.



Fuente: Electronic Arts



Fuente: Electronic Arts



Fuente: Players4players



Fuente: Electronic Arts

- THQ presenta el primer videojuego de la película Tiburón de Steven Spielberg. Tiburón, disponible en principio para PS2, Xbox y PC, recrea las escenas y personajes de la película además de contar con la misma banda sonora.
- Activision gana el derecho de los estudios cinematográficos Metro Goldwyn Mayer para desarrollar los videojuegos de James Bond, hasta el momento en manos de la popular franquicia rival Electronic Arts.
- Electronic Arts anunció el lanzamiento de El Señor de los Anillos, La Batalla por la Tierra Media II, secuela del exitoso videojuego de estrategia en tiempo real de la afamada saga cinematográfica y literaria. Esta edición cuenta con la participación del conocido actor americano Hugo Weaving, que ha cedido su voz e imagen para la creación de su personaje en el videojuego, tal y como hizo en la trilogía de películas de El Señor de los Anillos en el papel de Elrond, Señor de Rivendale y padre de Arwen.
- LucasArts informa de la próxima vuelta de Indiana Jones a los videojuegos.
- La compañía Filmax, productora del largometraje de animación Donkey Xote, y ahora del videojuego del mismo nombre, ha firmado un acuerdo para la distribución mundial de éste con Virgin Play. Donkey Xote presenta una versión transgresora y en 3D de un personaje tan universal como El Quijote.
- El realizador mexicano Guillermo del Toro se ha pasado al campo del videojuego para desarrollar Sundown, una trama en la que el jugador se tendrá que defender en un mundo lleno de zombies.



Fuente: Ciber cine

- Activision ha obtenido los derechos para desarrollar videojuegos basados en la película Transformers. El filme de estos famosos robots, capaces de transformarse en vehículos, está siendo coproducido por Dream Works, Hasbro y Paramount.
- La película Scarface encuentra su secuela en el ocio digital bajo el título Scarface: El precio del poder. 23 años después, Al Pacino vuelve a ser este mafioso en un título que plantea un final alternativo de la película. José Coronado pone su voz, en inglés, a uno de los personajes del juego.
- Clint Eastwood encarnará de nuevo a Harry el Sucio, esta vez dentro de un videojuego. La nueva creación está supervisada por la productora del actor, Malpaso Productions.
- Los actores protagonistas de Constantine anuncian la cesión de su imagen para el diseño de los mismos personajes en el videojuego del mismo título, en el que Keanu Reeves interpreta a un investigador de lo oculto y lo sobrenatural.
- Sony Computer Entertainment y Bandai se reparten los derechos de Brave Story, la próxima cinta anime del estudio japonés Gonzo. La película, dirigida por Koichi Chihira narra la historia de Wataru, un niño de diez años abandonado por su padre que sólo cuenta con el apoyo de su maestra.
- Al Pacino, Robert de Niro y Val Kilmer participarán en la realización del videojuego de la cinta de Michel Mann, Fuego contra fuego, que podría ser lanzado a finales de 2007.
- 2K, sello editorial de Take Two Interactive, ha anunciado que publicará el videojuego de Los Cuatro Fantásticos: Rise of the Silver Surfer; un juego de acción que protagonizará el legendario y poderoso cuarteto de superhéroes, basado tanto en el cómic como en la secuela de la película de Twentieth Century Fox y Marvel Enterprises.



Fuente:
Licencias de Actualidad

- Coincidiendo con el estreno en la gran pantalla de la película Piratas del Caribe: El Cofre del Hombre Muerto, se pone a

la venta su correspondiente videojuego que lleva el mismo nombre y que Disney Interactive Studios publica para PSP, DS y GBA.



Fuente: Disney Interactive Studios



Fuente: Disney Interactive Studios



Fuente: Licencias de Actualidad

- SEGA of America Inc., SEGA Europe Ltd. y Marvel Entertainment Inc., hicieron público un acuerdo mediante el cual SEGA obtiene los derechos exclusivos para desarrollar y distribuir el videojuego oficial del famoso personaje de Marvel, Iron Man. Este acuerdo, que abarca tanto a los videojuegos basados en la película como en los cómics, traerá un nuevo superhéroe a las plataformas de nueva generación.

- Reservoir Dogs, la primera gran obra de Tarantino que marcó todo un hito en la historia del cine negro, también ha sido

llevada al mundo del videojuego de una manera bastante fiel por parte de Eidos, uno de los líderes mundiales en la edición y desarrollo de software de entretenimiento. En principio el videojuego estará disponible para PS2 y PC.



F



F

• Titan Productions ha anunciado la adquisición de los derechos para convertir a videojuego la película Heat, de 1995, obra del director Michael Mann. Gearbox será la desarrolladora de este videojuego diseñado, en principio, para las consolas de nueva generación.

• Llega al ordenador la adaptación del filme Onimusha 3, coprotagonizado por Jean Reno y Takeshi Kaneshiro. Destacan las voces de los protagonistas y la banda sonora.



Fuente: El Semanal Digital

• SEGA of America Inc. y SEGA Europe Ltd hicieron público su acuerdo con el estudio de desarrollo Gearbox Software para crear un juego de acción basado en la saga cinematográfica de Alien. Desde su estreno en 1979, Alien y sus tres secuelas han recaudado más de 557 millones de dólares en todo el mundo.

• El conocido director de películas de terror Wes Craven, en cuyo haber destacan las series Pesadilla en Elm Street y Scream, ha confesado en una entrevista concedida a Dean Takahashi su intención de crear un videojuego, del que sólo ha revelado que está en conversaciones con algunas compañías desarrolladoras.

• Otro director, James Cameron, está también desarrollando un videojuego de rol multijugador masivo en red que estrenará junto a su correspondiente película. Project 880 no llegará a las pantallas de cine y a las consolas hasta 2008.

...Y DEL VIDEOJUEGO AL CINE

• Llega a la cartelera la adaptación cinematográfica de Alone in the Dark realizada por el alemán Uwe Boll y con Christian Slater en el papel principal.

• Fear Effect, el que fuera videojuego para la PlayStation original, tendrá su versión en película, dirigida por Stanley Tong. El film, producido por Mark A. Altman, se rodará en diversas localizaciones como Shangai o Hong Kong y cuenta con un presupuesto de 25 millones de dólares.

• La empresa Pyro Studios estrenará en 2008 "Planet One", su primera película de animación. En ella un planeta alienígena vive aterrorizado ante la posibilidad de sufrir un ataque humano. El film, cuyos productores serán Ignacio Pérez Dolset y Albie Hecht, cuenta con un presupuesto de 42 millones de euros.

• El director Paul W.S. Anderson se prepara para adaptar al cine Castlevania, el exitoso videojuego de la compañía Konami del que tiene los derechos. El film se realizará a través de Rogue Pictures (filial de Universal) y contará con un presupuesto de 50 millones de dólares.



Fuente: DVD en la Red

- Dirigida por Andrzej Bartkowiak e inspirada en el revolucionario y exitoso videojuego, llega al DVD la versión en film del videojuego Doom. La película está protagonizada por The Rock como líder del Rapid Response Tactical Squad, un escuadrón de la Armada interplanetaria enviado a investigar una remota avanzada marciana.
- Universal Pictures hizo público que Neil Blomkamp será el encargado de dirigir la adaptación al cine del videojuego Halo, uno de los mayores éxitos de los últimos años, cuyo estreno está previsto para el verano de 2008. Peter Jackson y su mujer, Fran Walsh, producirán la cinta cuyos exteriores reales se rodarán en Wellington, Nueva Zelanda.
- Los numerosos fans de la saga Warcraft están de enhorabuena, ya que el popular videojuego será llevado a la gran pantalla de la mano de Legendary Pictures, filial de Warner Bros.
- Capcom ha decidido asumir la producción de un "spin-off" de la saga Street Fighter, centrado en uno de sus personajes más populares: Chun Li, la única mujer que pelea. Para este film, a estrenarse en 2008, cuenta con la asociación de Hyde Park Entertainment.
- Para los más entendidos, la adaptación del título japonés Sukenban al cine correrá a cargo de Kenta Fukukasu. La historia tendrá como eje las historietas detectivescas y policíacas de Saki y su yoyo con el que lucha...
- Otra de las novedades es la adaptación del videojuego de PS2 Otome Wa Boku Ni Koshiteru al anime. El director de animación será Masaroni Nayoshi y el diseñador de personajes Shimasawa Noriko.
- Las productoras Avatar Films y Sekretagent Productions están negociando la adquisición de los derechos cinematográficos del juego de horror Cold Fear, publicado por Ubisoft.
- Llega la película Silent Hill. La ambientación es, sin duda, el punto fuerte del film que intenta llegar al nivel de terror y fama que alcanzó el videojuego en el que se basa. Llevar a la pantalla grande el mítico juego de Konami ha costado 41 millones de euros y casi tres meses de rodaje en Toronto.
- La película basada en el videojuego Dead or Alive ya se encuentra en postproducción. En ella, la actriz Devon Auki interpreta el personaje de Kasumi. Como no podía ser de otra manera y siguiendo el argumento de los juegos del

mismo nombre, la película gira en torno a la competición a vida o muerte de cinco luchadoras en una isla exótica.



Fuente: 20 Minutos

Y PARA LOS MÁS PEQUEÑOS...

- Ratónpolis, película de animación de Aardman Animation y Dreamworks, ha sido convertida por Virgin Play en un juego de plataformas, disponible para Playstation 2 y Nintendo DS.
- 4Kids Entertainment y The Mirage Group anunciaron un acuerdo de licencia exclusiva mundial que concede a Ubisoft los derechos para desarrollar y publicar videojuegos basados en la nueva película protagonizada por las Tortugas Ninja.
- Majesco Entertainment Co., editora y distribidora de contenidos de entretenimiento interactivos, está preparando un nuevo videojuego de aventuras inspirado en la película de Tarta de Fresa. Desarrollado por Gorilla Games, el juego está concebido para un público infantil y preescolar.
- Virgin Play lanzará al mercado español el videojuego del filme de animación digital Happy Feet, rompiendo el hielo. El videojuego, concebido para un público infantil, incorpora la banda sonora de la película.



Fuente: Licencias de Actualidad

- Buena Vista Games (Disney Interactive Studios) ha lanzado Disney's Magic English, un videojuego educativo para aprender inglés, dirigido a niños de seis a ocho años. Se trata de un programa lúdico que introduce a los niños en el idioma a través de actividades, juegos, cuentos y canciones protagonizados por Mickey Mouse, Los 101 Dálmatas, Tarzán y Ariel, que acompañan a los niños durante toda la aventura del aprendizaje.



Fuente: Licencias de Actualidad

- La película The Wild, de Disney, contará también con su propio videojuego. El juego, disponible para Game Boy Advance, narra las aventuras un león, una anaconda, una ardilla, una jirafa y un koala en busca de un cachorro, desde su zoo en Nueva York hasta la selva.



Fuente: Licencias de Actualidad

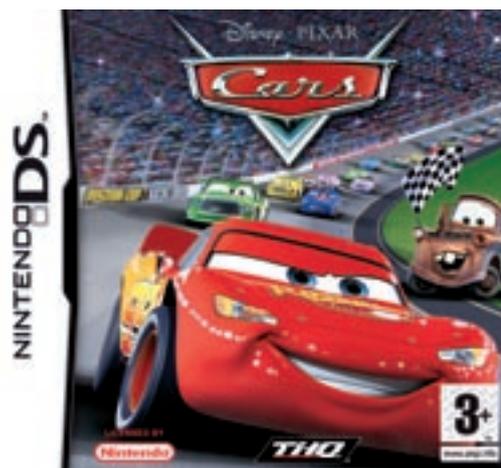
- Vecinos Invasores, de Activision, permite revivir en videojuego los mejores momentos de esta película que narra las aventuras de RJ el mapache, Verne la tortuga, Hammy la ardilla y Stella el zorrillo. Existen tres títulos distintos, lanzados de forma simultánea, para PS2, PC, Nintendo DS y Game Boy Advance.



Fuente: Activision

- Buena Vista Games (Disney Interactive Studios), la compañía de entretenimiento interactivo de The Walt Disney Company, ha desarrollado tres títulos durante 2006 para Kim Possible, basados en la famosa serie de televisión. También se ha inspirado en su serie de televisión correspondiente American Dragon, en sus versiones para DS y GBA. Del mismo modo, la película de La Sirenita tiene su versión en videojuego por parte de esta compañía para las plataformas DS, GBA y PC, coincidiendo con el lanzamiento de la película por primera vez en DVD.

- THQ ha lanzado el videojuego basado en la producción animada por ordenador de Disney-Pixar, Cars. El juego, que fue el título infantil más vendido de 2006, permitía revivir todas las aventuras de la película en la piel del protagonista Rayo McQueen y competir para ganar la famosa Copa Pistón. La editora THQ y la desarrolladora Rainbow Studios confirmaron la versión del videojuego para todas las plataformas.

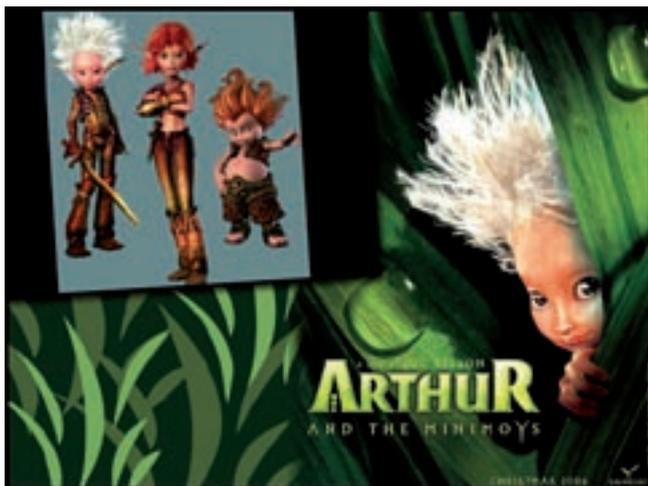


Fuente: THQ

- La película de Sony Pictures, Monster House, también contó con su propio videojuego. THQ fue la compañía encargada de editar el juego en el que había que recorrer todos los rincones de la casa, descubrir sus misterios y salvar al vecindario.



- Infogrames Entertainment ha anunciado a través de su filial Atari Interactive la firma de un acuerdo de licencia a nivel mundial y en exclusiva con el grupo EuropaCorp para el desarrollo, edición y distribución de los videojuegos basados en la película de animación para niños Arthur and the Minimoys. El juego se ha estado desarrollando para las consolas Playstation 2, PSP, Nintendo DS y Game Boy Advance, así como para PC.



Fuente: Licencias de Actualidad

CURIOSIDADES Y SINERGIAS ENTRE CINE Y VIDEOJUEGOS

Lara Croft, en el número uno

Lara Croft: Tomb Raider es la película-videojuego que más dinero ha obtenido, con 131 millones de dólares (unos

103 millones de euros) en Estados Unidos. La segunda entrega, Lara Croft Tomb Raider: La cuna de la vida, se colocó en el cuarto puesto al recaudar casi 66 millones de dólares (unos 52 millones de euros). Angelina Jolie resultó ser el gran atractivo para las películas basadas en el videojuego, que recaudó cerca de 340 millones de dólares (267 millones de euros).

El mundo Machinima

El término Machinima se utiliza para definir la creación de películas utilizando videojuegos; un método revolucionario de producción de animación que empezó a surgir en la segunda mitad de los 90. Para hacer un Machinima sólo se necesita un juego y una consola u ordenador.

Un juego para hacer cine

El juego de Activision The Movies, a medio camino entre un tycoon y un simulador, sitúa al jugador en el Hollywood de 1920. Allí dispondrá de un terreno y cien mil dólares a partir de los cuales deberá construir un imperio de la gran pantalla. El videojuego incluye un editor para rodar películas propias.

Una parodia del videojuego dentro de una película

Santiago Segura en su película La Máquina de Bailar se lanza a parodiar el día a día de un grupo de amigos adictos a los simuladores musicales. La película se nutre de los tópicos más estandarizados de los videojuegos y el anime, vistos desde la perspectiva sátira de su productor. Se trata de la primera cinta española centrada, aunque de forma extrema, en la figura del usuario de videojuegos.



VIDEOJUEGOS Y MÚSICA

LOS FABRICANTES Y DISEÑADORES DE CONSOLAS DE ENTRETENIMIENTO BUSCAN AFIANZAR UNA ALIANZA CON LA INDUSTRIA SONORA, CON LA INTENCIÓN DE SEGUIR PROBANDO UNA FÓRMULA QUE INTEGRE A GRUPOS Y CANTANTES MUSICALES EN SUS PRODUCTOS. AMBOS ACTORES DEL MERCADO DEL OCIO TECNOLÓGICO ESTÁN INTERESADOS EN POTENCIAR ESTA ESTRATEGIA QUE REPORTA BENEFICIOS TANTO PARA LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO COMO PARA LA PROMOCIÓN DE LAS DISCOGRÁFICAS.

MÚSICA DE VIDEOJUEGOS PARA LA FILARMÓNICA DE SUECIA

La Real Orquesta Filarmónica de Suecia ejecutó en el auditorio Konserthuset de Estocolmo los temas de conocidos videojuegos como Super Mario o Final Fantasy, en el marco de la gira Play! a Video Game Symphony. Una orquesta completa y un coro, bajo la dirección de Arnie Roth, interpretaron la banda sonora de los títulos más vendidos del ocio digital mientras una pantalla proyectaba imágenes del videojuego en acción. Play! no es el único concierto de este tipo que existe pues todos los años, también bajo la dirección de Arnie Roth, se lleva a cabo el Symphonic Game Music Concert en el que la Filarmónica de la República Checa interpreta temas de videojuegos famosos.

MÚSICA PARA EL VIDEOJUEGO FIFA 07

La banda sonora del videojuego FIFA 07 de Electronic Arts destaca por las canciones de Carlos Jean (España), Keane (Reino Unido), Bersuit Vergarabat (Argentina), caBas (Colombia), Epik High (Corea), Muse (Reino Unido), Plastilina Mosh (México), Bitman & Roban (Chile), Shiny Toy Guns (EEUU), Seu Jorge (Brasil) y The Feeling (Reino Unido).

DEPECHE MODE Y LA SINTONÍA DE LOS SIMS 2 ABREN NEGOCIOS

Electronic Arts dio a conocer a Depeche Mode como grupo creador de la sintonía del tercer disco de expansión de los Sims 2, Los Sims 2 Abren Negocios. La sintonía, por primera vez en la historia, será traducida al idioma nativo de Los Sims, el simlish (una mezcla de ucraniano, tagalo y navajo).

LA OREJA DE VAN GOGH Y LOS SIMS 2 MASCOTAS

La Oreja de Van Gogh grabó en exclusiva, y en simlish, su single Dulce Locura para amenizar la cuarta expansión de la nueva generación de Los Sims de Electronic Arts, Los Sims 2 Mascotas. El peculiar single se incluye en las versiones de PC, PS2 y PSP.

DURAN DURAN, DE GIRA EN SECOND LIFE

El videojuego Second Life recibe a sus primeros invitados célebres, los componentes de Duran Duran, que tienen sus avatares virtuales entre los casi cuatrocientos mil usuarios que pueblan este mundo. La banda británica participó en el juego de rol masivo de Internet dando conciertos, firmando autógrafos y relacionándose con otros usuarios.

MELENDI, PROTAGONISTA DE UN VIDEOJUEGO

El cantante asturiano protagoniza el videojuego de Sony para PSP titulado Gangs of London; una superproducción que recrea al detalle la ciudad de Londres y cuyo argumento principal es la guerra de bandas urbanas que luchan por el dominio de la

capital británica. En concreto, Melendi es el líder de una de las cinco bandas protagonistas, motivo por el que tuvo que acudir a Londres –donde se desarrolló el videojuego– para que los diseñadores del mismo pudieran tomarle los rasgos. Además, dada su implicación en el proyecto, Melendi compuso un tema y un videoclip para el videojuego.



MOJINOS ESCOZÍOS SE ALÍA CON GUITAR HERO

La banda, que quiso compartir con el público la sensación de tocar canciones emblemáticas de Rock & Roll, llegó a un acuerdo con Activision, distribuidor de Guitar Hero en España, para lanzar una edición limitada de su disco recopilatorio "10 años escocíos" más este divertido videojuego en el que el jugador se convierte en guitarra de un grupo de rock.

DOBLE NOMINACIÓN PARA ATARI EN LOS PREMIOS MTV VIDEO MUSIC 2006.

Las bandas sonoras de los videojuegos de Atari Marc Ecco's Getting Up: Contents Under Pressure y Driver: Parallel Lines, fueron nominadas como Mejor Banda Sonora de Videojuego en los prestigiosos Premios Musicales Video de MTV. Este año los premios estrenaban dos nuevas categorías: una para galardonar a la mejor banda sonora y otra para galardonar a la mejor canción de videojuegos.

INFORME SOBRE PIRATERÍA

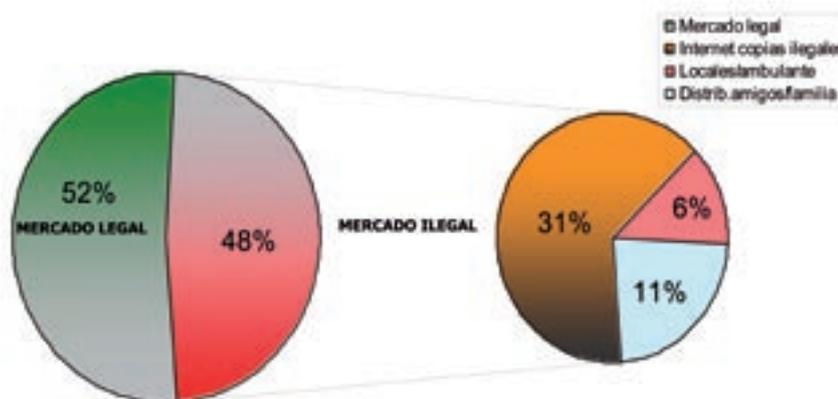
La piratería, un año más, adquiere un papel fundamental cuyas consecuencias cada vez pueden ser más perjudiciales, no sólo para la industria, sino también para los propios consumidores. La FAP (Federación Anti Piratería) estima en un 48% el mercado ilegal de videojuegos existente en nuestro país. Dicho mercado está encabezado por las descargas ilegales desde Internet, que suponen un 31% del total –pasando de 20 millones el año pasado a 40 millones durante este año–, seguidas por la distribución de copias entre amigos y/o familia (11%) y la venta ilegalizada en establecimientos o ambulante (6%).

La piratería perjudica gravemente a la industria española de videojuegos y dificulta sus esfuerzos en pro de la difusión y conocimiento del código de autorregulación por edades PEGI.

- **Respecto a la industria**, la piratería dificulta la creación de nuevos videojuegos al ser muy grandes las inversiones que han de realizarse para crear un nuevo videojuego y, debido a la piratería, difíciles de alcanzar los retornos necesarios para compensar dichas inversiones. Hay que considerar que no todos los videojuegos son un éxito sino que, como promedio, de 100 lanzamientos realizados, sólo 10 triunfan realmente en el mercado –una mínima parte–, mientras que los 90 restantes representan un resultado negativo con respecto a la inversión realizada. Esto significa que, sobre estos 10 éxitos, recae el peso de amortizar casi toda la inversión que hacen las compañías. Si a esto le sumamos el efecto de la piratería, el problema puede terminar por acabar con la industria de desarrollo de videojuegos o limitarla en gran medida.

- **Respecto al consumidor**, el daño ocasionado por la piratería también es muy grande, ya que los videojuegos piratas carecen del código PEGI como sistema de control, de manera que, no sólo se dificulta su conocimiento y utilidad entre los consumidores, sino que además se favorece que videojuegos con contenidos inadecuados acaben en manos de los menores de edad, a los que no van dirigidos.

PIRATERÍA DE VIDEOJUEGOS EN ESPAÑA EN 2006



Fuente: FAP



RESUMEN DEL AÑO

RESUMEN ANUAL aDeSe

ENERO	FEBRERO	MARZO
		Presentación de los resultados de la industria del videojuego en España 2005
ABRIL	MAYO	JUNIO
Celebración del II Seminario internacional de videojuegos		Presentación del Anuario aDeSe 2005 aDeSe distingue a los videojuegos más vendidos en 2005
JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Presentación del nuevo <i>Estudio de Hábitos y Usos de los Videojuegos</i>		aDeSe promueve una campaña informativa sobre el Código PEGI para fomentar la compra responsable de videojuegos La ley finlandesa reconoce las clasificaciones del Código PEGI para la regulación de los contenidos en videojuegos Presentación del estudio <i>"Mujeres y Videojuegos: Hábitos y preferencias de las jugadoras"</i>

MARZO

Presentación de los resultados de la industria del videojuego en España 2005.

La Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (aDeSe) presentó el 8 de marzo de 2006 los resultados obtenidos por la industria española de videojuegos durante el año 2005. El año cerró con una cifra de consumo que alcanzó los 863 millones de euros. Destaca el incremento experimentado por las ventas de consolas, con un aumento del 14% en el número de unidades vendidas, así como en las ventas de software que ascendieron un 15,2% en 2005. Con estas cifras, los videojuegos superaron de nuevo a otros tipos de entretenimiento de la industria audiovisual como la taquilla de cine, las películas de vídeo o la música grabada.

ABRIL

Celebración del II Seminario internacional de videojuegos.

La segunda edición de este seminario, celebrado el 6 de abril en la Universidad Europea de Madrid, reunió de nuevo a las empresas más importantes de la industria así como a investigadores de reconocido prestigio. En esta ocasión se incorporaron como novedad los medios de comunicación especializados en entretenimiento. Los ponentes trataron los siguientes temas: habilidades que desarrollan los videojuegos, nuevas consolas, medios de comunicación especializados y oportunidades laborales.



Fuente: Meristation

JUNIO

aDeSe distingue a los videojuegos más vendidos en 2005.

El 1 de junio de 2006 aDeSe concedió, por quinto año consecutivo, los Galardones que premian a los videojuegos más vendidos en España. En total resultaron premiados 46 videojuegos del año 2005: 6 de ellos con Galardón de Doble Platino, 11 con Galardón de Platino y 29 con Galardón de Oro. De nuevo en 2005 se puso de manifiesto la buena salud del sector ya que se ha incrementado en un 44% el número de videojuegos de la industria que logran vender el suficiente número de copias como para optar a alguna de las tres categorías de Galardón.

Presentación del Anuario aDeSe 2005.

aDeSe presentó el 29 de junio de 2006 su Anuario 2005, un documento que resume la situación de la industria del videojuego a nivel nacional e internacional y que muestra las principales tendencias del sector en relación con otras áreas como la música, el cine o la literatura.



Fuente: Vandal Online

OCTUBRE

Presentación del nuevo Estudio de Hábitos y Usos de los Videojuegos.

El 10 de octubre de 2006, la Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento –aDeSe– presentó en Madrid un nuevo *Estudio de Hábitos y Usos de los Videojuegos*, con el

fin de dar a conocer a la sociedad el perfil de usuario de estos productos de entretenimiento.

Realizado por la consultora GfK Emer, el estudio, que consideró como público objetivo a la población general española, mostró unos resultados de 8,8 millones de jugadores, con un 37,5% de mujeres consumidoras de videojuegos.

DICIEMBRE

La ley finlandesa reconoce las clasificaciones del Código PEGI para la regulación de los contenidos en videojuegos.

El 14 de diciembre de 2006 el Parlamento Finlandés fue el primero en reconocer completamente la clasificación propuesta por el sistema PEGI (Pan European Game Information) en su legislación, como código oficial para la regulación de los contenidos en videojuegos, por lo que, a partir del 1 de enero de 2007 todas las categorías de edad del PEGI habrán de figurar necesariamente en todos los videojuegos vendidos en Finlandia.

aDeSe promueve una campaña informativa sobre el Código PEGI para fomentar la compra responsable de videojuegos.

La Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento –aDeSe– presentó el 20 de diciembre el “Decálogo para una compra responsable e informada de videojuegos”.

El decálogo, fruto del convenio de colaboración entre el Instituto Nacional de Consumo y aDeSe, se enmarca dentro de una campaña informativa sobre el conocimiento del código de autorregulación por edades PEGI (Pan European Game Information), propio de la industria del videojuego, como herramienta de orientación para los padres y educadores a la hora de adquirir videojuegos destinados al consumo de menores. La campaña contó con el apoyo del Ministerio de Sanidad y Consumo, siendo la ministra de sanidad, Dña. Elena Salgado Méndez, la responsable de su presentación a los medios de comunicación.

Presentación del estudio “Mujeres y Videojuegos: Hábitos y preferencias de las jugadoras”.

El 27 de diciembre de 2006, en la sede de la Universidad Europea de Madrid, tuvo lugar una rueda de prensa en la que esta universidad, en colaboración con el Observatorio del Videojuego y de la Animación, presentó las conclusiones del estudio “*Mujeres y Videojuegos: Hábitos y preferencias de las jugadoras*”.

El estudio analiza el comportamiento de las mujeres ante el videojuego como hábito de ocio y muestra, tanto los patrones de consumo, como la sociabilidad, preferencias y carencias que supone el videojuego en el ámbito femenino.

RESUMEN ANUAL ESPAÑA

ENERO	FEBRERO	MARZO
<p>Taller de videojuegos en la campaña de ocio juvenil alternativo de Torrelavega, Cantabria</p>		<p>Premios EME 2006</p> <p>Celebración del Madrid Tuning Show, con presencia de videojuegos</p> <p>Campeonato de videojuegos en Rincón de la Victoria, Málaga</p> <p>Celebración de las VI Jornadas de Consumo, con el uso de las nuevas tecnologías</p> <p>Torneos de videojuegos en el Salón del Cómic de Granada</p> <p>Hobby Premios 2006</p>
ABRIL	MAYO	JUNIO
<p>Premios Grupo Zeta 2006</p>	<p>Competiciones de videojuegos en el SIRCAM itinerante de Murcia</p> <p>Madrid celebra el Día del Orgullo Friki</p> <p>Rafael Amargo presenta un Don Quijote inspirado en videojuegos</p>	<p>Los cines Kinépolis Madrid acogen "De los marcianitos a Cars", exposición organizada por THQ, sobre la historia de los videojuegos</p> <p>Jornadas sobre orientación familiar y videojuegos en Cádiz</p> <p>I Maratón de Videojuegos en Línea en Cuevas del Almanzora, Almería</p> <p>Videojuegos en el Salón del Cómic de Barcelona</p>

JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
<p>Celebración de la Campus Party 2006</p> <p>Convocatoria de los Premios ArtFutura 2006 sobre videojuegos y animación digital</p> <p>Conferencias sobre videojuegos en el certamen Mundos Digitales, celebrado en A Coruña</p> <p>Encuentro para jóvenes "Otaku Expression", en Barcelona</p> <p>Nueva edición de "802. Party Informático" en Jerez, Cádiz</p>		<p>Feria de videojuegos de Microsoft: Xbox X06 en Barcelona</p> <p>Torneo de videojuegos "Oci Tecnológico" en Almàssera, Valencia</p>
OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE

ENERO**Taller de videojuegos en la campaña de ocio juvenil alternativo de Torrelavega, Cantabria.**

21 de enero. Alrededor de cien jóvenes participaron en el taller de videojuegos desarrollado dentro de la programación de ocio alternativo para los fines de semana, en el Instituto de Secundaria Zapatón de Torrelavega.

MARZO**Campeonato de videojuegos en Rincón de la Victoria, Málaga.**

4 y 5 de marzo. La Asociación Juvenil Rinkogamis celebró este torneo en colaboración con el Área de Juventud del Ayuntamiento de Rincón de la Victoria.

Torneos de videojuegos en el Salón del Cómic de Granada

9, 10, 11 y 12 de marzo. El XI Salón Internacional del Cómic de Granada contó con una zona habilitada para jugar, con Nintendo DS y ocho consolas GameCube, a juegos como Capcom vs. SNK 2, Donkey Konga, Mario Tennis, Mario Smash Football y F-Zero GX entre otros.



Fuente: Cdecopy

Celebración del Madrid Tuning Show, con presencia de videojuegos.

10, 11 y 12 de marzo. Durante la segunda edición del Madrid Tuning Show, celebrada en el pabellón de cristal de la Casa de Campo, Take2 Interactive presentó a los amantes del tuning y demás asistentes de Madrid y de toda España su videojuego Midnight Club 3: DUB Edition Remix, inspirado en esta peculiar afición.

Celebración de las VI Jornadas de Consumo, con el uso de las nuevas tecnologías.

Del 12 al 17 de marzo. En las jornadas, celebradas

en Melilla, se trataron contenidos relativos al buen uso de los medios informáticos: Código PEGI autorregulador del etiquetado, clasificación según edad y contenido, publicidad de videojuegos de ordenador y consola, compras por Internet, etc.

MAYO**Rafael Amargo presenta un Don Quijote inspirado en videojuegos.**

7 de mayo. El bailarín Rafael Amargo estrenó en Barcelona el espectáculo de danza "Don Quijote, Pasajero en Tránsito", en el que muestra a un Don Quijote visto a través de los videojuegos e Internet.

Madrid celebra el Día del Orgullo Friki

25 de mayo. Madrid acogió la Fiesta del Día del Orgullo Friki bajo el lema: "¡Quién no sea friki que levante su espada láser!". La celebración contó con diversos campeonatos, concursos de disfraces y sorteos, entre otras muchas actividades.

Competiciones de videojuegos en el SIR-CAM itinerante de Murcia

Del 25 al 28 de mayo. El SIRCAM tiene por objeto acercar a los ciudadanos de diversos municipios los aspectos relacionados con la informática, los videojuegos y los multimedia en un ambiente lúdico y festivo.

JUNIO**I Maratón de Videojuegos en Línea en Cuevas del Almanzora, Almería.**

1 de junio. El maratón estuvo organizado por el Ayuntamiento de Cuevas de Almanzora que, entre sus principales objetivos tiene el de organizar actividades de ocio, entretenimiento y deporte para fomentar la convivencia y diversión entre los jóvenes de la localidad.

Videojuegos en el Salón del Cómic de Barcelona.

Del 8 al 11 de junio. El sector de los videojuegos ha establecido importantes sinergias con el universo del cómic. Si bien hasta ahora los videojuegos se nutrían de los cómics para lanzar nuevos títulos, cada vez con más frecuencia la industria del cómic

se basa en famosos videojuegos para crear nuevas colecciones.

Jornadas sobre orientación familiar y videojuegos en Cádiz.

19 de junio. Las jornadas abordaron cuatro retos educativos, cada uno centrado en un aspecto que guarda relación con los adolescentes y jóvenes: cómo influyen los videojuegos en los niños, cómo influye Internet en los adolescentes, el influjo de la movida y la moda en los jóvenes y la influencia de las series de televisión.

Los cines Kinépolis Madrid acogen una exposición sobre la historia española de videojuegos organizada por THQ.

Del 29 de junio al 10 de julio. Lleva por título "De los marcianitos a Cars" y se trata de una exposición en la que se puede ver la evolución de los videojuegos desde los años 70. Ésta es la primera vez que se muestra en España una retrospectiva de este tipo, que recorre más de tres décadas de entretenimiento digital.



Fuente: Hardgame2

JULIO

Encuentro para jóvenes "Otaku Expression", en Barcelona.

1 de julio. El canal de ocio alternativo Buzz, que actualmente puede verse en más de 1.200.000 hogares a través de diversas plataformas de pago, consiguió de nuevo convocar a sus seguidores más fieles, amantes del manga y del anime, y reunió a más de 5.000 asistentes en el encuentro para jóvenes

"Otaku Expression" celebrado en Barcelona. El hilo conductor de todo el evento fueron las actividades que en él se realizan: proyecciones, talleres, mesas redondas, exposiciones y torneos de videojuegos.

Conferencias sobre videojuegos en el certamen Mundos Digitales, celebrado en A Coruña.

Del 3 al 10 de julio. Con este certamen la Fundación Caixa Galicia, la Universidad coruñesa y la Xunta pretenden convertir a A Coruña en la capital internacional de la animación digital, los videojuegos y los efectos especiales en el cine.

Sony aprovechó Mundos Digitales para dar a conocer las innovaciones de PlayStation 2 y PSP, las novedades en juegos de motor y lucha y las posibilidades que ofrecen juegos sociales de gran éxito como Buzz y Sing Star.

Convocatoria de los Premios ArtFutura 2006 sobre videojuegos y animación digital.

11 de julio. ArtFutura abrió el plazo de recepción de proyectos para la quinta edición de su Premio Creación de Videojuegos, un galardón pionero que pretende difundir el trabajo de los creadores independientes que trabajan en este campo y apoyar el desarrollo de nuevos proyectos con un premio de 6.000 euros.

Nueva edición de "802. Party Informático" en Jerez, Cádiz.

Del 13 al 16 de julio. El evento, que contó con numerosos campeonatos de videojuegos, estuvo organizado por la Delegación de Juventud y por la asociación juvenil Xinug. Contó también con el patrocinio de ONO y con la colaboración de la Gerencia Municipal de Deportes y la Universidad de Cádiz.

Celebración de la Campus Party 2006.

Del 24 al 30 de julio. Stephen Hawking fue el encargado de dar comienzo a la Campus Party 2006 en Valencia, que en esta ocasión celebraba su décimo aniversario y que un año más supuso la mayor concentración de gamers y aficionados a los videojuegos de toda España. Entre las actividades desarrolladas destacó la conferencia so-

bre creación de videojuegos ofrecida por Pyro, en la que se relataron a los camperos los pasos básicos que componen este proceso.

SEPTIEMBRE

Feria de videojuegos: Xbox X06 en Barcelona.

27 y 28 de septiembre. La capital catalana acogió la principal feria de videojuegos en torno a la consola Xbox. Además de revelar los planes sobre Xbox 360, de enseñar próximos lanzamientos de software y hardware y de hablar de Xbox Live, Microsoft también mostró juegos para PC. Como novedad, se invitaron al X06 a personas de Sudáfrica, Hungría, la República Checa, Eslovaquia y Polonia, ya que estos son los lugares donde Xbox 360 saldría a la venta a finales de año.

Torneo de videojuegos “Oci Tecnológico” en Almàssera, Valencia.

28 y 29 de septiembre. El torneo de videojuegos “Oci Tecnológico”, un torneo de ocio electrónico sin límite de edad en el que se repartieron grandes premios para los ganadores como camisetas, despertadores y consolas de última generación para los vencedores finales, fue la gran novedad de las actividades de la Semana de la Juventud de Almàssera. Patrocinado por el área de Cultura de la Diputación de Valencia, consistió en diversas competiciones en 20 pantallas de televisión y 20 consolas Xbox 360 de títulos tan famosos como Pro Evolution Soccer, FIFA o Top Spin.

OCTUBRE

Celebración de la “Gumiparty” de Plasencia, sobre manga y videojuegos.

14 y 15 de octubre. El recinto ferial “El Berrocal” de la localidad fue escenario del desarrollo de la segunda “party” celebrada en la ciudad que incluyó múltiples actividades relacionadas con el anime, manga, videojuegos, juegos en red y ciencia. Bajo el nombre de “Gumiparty 06”, esta actividad estuvo organizada por la asociación juvenil “MegaGumi” de Plasencia, en colaboración con la Concejalía de Juventud.

Primer encuentro del Chapter de Madrid de la International Game Developers Association.

18 de octubre. Este primer encuentro de desarrolladores tuvo lugar en el Salón de Grados de la Facultad de Informática de la Universidad Complutense de Madrid. En él, se presentó la metodología de trabajo que sigue la IGDA para apoyar y fomentar el desarrollo del software de entretenimiento, unir voces y acercar más a los estudiantes y al público el trabajo que hay detrás de un videojuego.

Ciclo de videojuegos en la 51 Seminci de Valladolid.

Del 20 al 28 de octubre. La Semana de Cine de Valladolid dedicó este año un ciclo a los videojuegos y su relación con el mundo del celuloide. Con esta iniciativa la Seminci pretende ganarse al público más joven y abrir el festival a las nuevas tecnologías y a los nuevos lenguajes audiovisuales que, como el videojuego, están adquiriendo una vigencia innegable en el mundo de la imagen.

Celebración del festival ArtFutura en Barcelona y diversas ciudades españolas.

Del 26 al 29 de octubre. Según fuentes de la organización, más de 250.000 personas visitaron el festival, número que supera la asistencia de ediciones anteriores. Los diseñadores de videojuegos Ted Price y Masaya Matsuura fueron algunos de los participantes más esperados de este año.

El premio PlayStation ArtFutura de Creación de Videojuegos llegaba a su quinta edición y el jurado, compuesto por personalidades de la industria de los videojuegos, decidió concederlo al proyecto “*Fregocles y la desinfección del Olimpo*” de Olmo Ríos.



NOVIEMBRE

Conferencias sobre videojuegos en Murcia durante la semana de la Ciencia y la Tecnología.

18 de noviembre. Durante la Jornada de Conferencias se abordaron los siguientes temas: los videojuegos como reto humanista, la situación del videojuego educacional en España, los videojuegos y su relación con otros medios y el arte de los videojuegos.

Sabadell acoge una muestra sobre la evolución histórica de los videojuegos.

30 de noviembre. La Obra Social Caixa Sabadell fue la responsable de inaugurar esta exposición que, bajo el nombre *"Tres mestres del videojoc: Shigeru Miyamoto, John D. Carmack i Hill Wright"*, muestra la evolución histórica de los videojuegos que nacieron como un simple entretenimiento y que, según los expertos, se están convirtiendo en bellas artes. La muestra contaba con dos salas diferentes donde se exhibían los trabajos de los tres autores anteriormente citados, por lo que disponía también de diferentes videoconsolas y ordenadores con videojuegos míticos como el Donkey Kong, Doom o Zelda.



Fuente: Hardgame2

DICIEMBRE

Encuentro de desarrolladores de videojuegos en Mairena de Aljarafe, Sevilla.

3 de diciembre. Los objetivos de este encuentro de desarrolladores sevillanos fueron darse a conocer entre el resto de desarrolladores de la zona, mostrar trabajos y compartir experiencias.

La Junta de Extremadura organiza el Campeonato Internacional de JuegaLinux y entrega la I Edición del Premio Internacional LinExtremix.

4 de diciembre. El Premio Internacional LinExtremix de la Junta de Extremadura pretende destacar anualmente aquellos proyectos de desarrollo de videojuegos de software libre que aporten algún tipo de valor añadido, cultural o social, sobre lo que ya aporta el propio videojuego en su componente de ocio. Este premio, de carácter internacional, está abierto a la participación de toda la Comunidad de Desarrolladores de Software Libre del mundo. La institución galardonada en esta primera edición fue la Universidad de Extremadura que, a través de un equipo de desarrolladores compuesto por alumnos y profesores, desarrolló dos videojuegos, "LinExtremix en la Vía de la Plata" y "Pangex", capaces de transmitir los valores positivos, educativos y culturales de la región extremeña.

Celebración de la Kutrup@rty 2006 en Galicia.

Del 6 al 9 de diciembre. Durante sus ochenta horas de conexión ininterrumpida a Internet y de convivencia, los participantes aprovecharon para jugar en red, compartir ficheros e intercambiar experiencias con sus vecinos de pantalla y de teclado. Se desarrollaron campeonatos de Call of Duty 2, Counter Strike y Quake 3, entre otros, además de competiciones de Dance Dance Revolution y de Guitar Hero.

Torneo de videojuegos en Mijas, Málaga.

9 y 10 de diciembre. Competiciones de Street Fighter, Third Strike y Tekken 5, entre otros muchos, formaron parte de la programación de este torneo, que también contó con expositores de las empresas colaboradoras. El torneo se realizó en colaboración con el Área municipal de Juventud, enmarcándose en el programa de actividades "Conquista la ciudad este invierno".

II Competición de Invierno de videojuegos en Barbate, Cádiz.

Del 8 al 23 de diciembre. El éxito de participación de las ediciones anteriores llevó a la celebración de este segundo torneo de invierno de competición de juegos de videoconsola "Pro Evolution Soccer 6", celebrado en Barbate y que contó con el apoyo de la Delegación Municipal de Cultura.

Primera feria de ocio “Gazte Aldia 2006” en Baracaldo, Vizcaya.

Del 21 al 31 de diciembre. Los asistentes pudieron acceder de manera gratuita a una zona tecnológica de 5.500 metros cuadrados, equipada con 60 ordenadores, conexión ADSL, videojuegos, simuladores tecnológicos y un área de descanso. Con este evento, celebrado en el Bilbao Exhibition Centre, el Ayuntamiento de Baracaldo ofreció un programa alternativo de ocio en el que se pudo encontrar todo lo relacionado con la moda, las tendencias, las últimas tecnologías, la música y el deporte.

Murcia celebra la “Lan Party”, con más de 48 horas sin parar de jugar.

22 de diciembre. Estos campeonatos online congregaron a cientos de personas.

Celebración del IV Festival de Ocio y Nuevas Tecnologías en Toledo.

Del 27 al 30 de diciembre. 21 consolas Xbox 360 conectadas en red con Xbox Live, una videoconsola Wii, 50 ordenadores con juegos en red, conexiones a Internet y pantallas gigantes son sólo algunos de los atractivos con los que contó este festival, organizado entre las concejalías de Juventud y Festejos de Toledo.

Programa de juegos, ciencia y cine en el I Salón de Ocio en Familia de A Coruña.

Del 27 al 30 de diciembre. El Salón, cuyo objetivo principal era el de convertirse en punto de encuentro para todos los miembros de la familia, contó con varias zonas dedicadas tanto al mundo de Internet como al de los videojuegos.

RESUMEN ANUAL GLOBAL

ENERO	FEBRERO	MARZO
Nominación del videojuego español ONE como "mejor juego móvil" del año por la Academy of Interactive Arts	Entrega anual de los premios 1UP en San Francisco Novena edición de los premios Annual Interactive Achievement Awards	BAFTA reconoce a los videojuegos como un arte
ABRIL	MAYO	JUNIO
Exposición permanente de videojuegos en Nueva York	Los videojuegos, protagonistas de un galardón en los "Oscars" del diseño Celebración de la gran feria de los videojuegos E3 en Los Ángeles	Celebración de la Xbox Cup en Berlín
JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
Celebración del Latin Gamer mexicano Evento de ISFE en Bélgica	Celebración de la Games Convention en Leipzig, Alemania Celebración de Expogames en Santiago, Chile Celebración del Entertainment Interactive Festival en Edimburgo	Celebración del Tokio Game Show en Japón. Celebración de la Conferencia de Baltimore, "Juegos para la salud" en Maryland, EEUU
OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Celebración del London Games Festival Exposición de Videojuegos Argentina EVA 06 Celebración de la World Cyber Games, 6ª edición en Monza, Italia Primer Festival Nacional de Animación y Videojuegos, Creanimax 2006 en Guadalajara, México Celebración del Electronic Game Show 2006 en México Exposición Game on en el Museo de la Ciencia de Londres		Serie Mundial de Videojuegos en Nueva York Entrega de los premios Spike TV en Los Ángeles

ENERO

Nominación del videojuego español ONE como “mejor juego móvil” del año por la Academy of Interactive Arts.

31 de enero. Aunque finalmente no resultaría vencedor, el videojuego “One”, desarrollado por el estudio español Digital Legends en exclusiva para la plataforma Nokia N-Gage, fue nominado como “mejor juego móvil” del año por la Academy of Interactive Arts and Sciences, cuyos premios se fallaron en Las Vegas el 9 de febrero.



Fuente: La Flecha

FEBRERO

Entrega anual de los premios 1UP en San Francisco

8 de febrero. “Resident Evil 4”, de Capcom, fue considerado el mejor videojuego del año y mejor videojuego de acción en la entrega anual de los premios 1UP que otorgó el grupo Ziff Davis Media Game en San Francisco.

Novena edición de los premios Annual Interactive Achievement Awards.

9 de febrero. Estos galardones, entregados por la Academia de las Artes y las Ciencias Interactivas estadounidense, llevan celebrándose desde 1998. Aunque únicamente optan a los galardones las empresas que pertenecen a la asociación, los premios se consideran como el equivalente de los Oscars del videojuego. La edición 2006 encumbró a “God of War” como mejor videojuego del año, con siete premios, entre los que se encuentran el de mejor juego para consola, mejor personaje masculino, mejor animación o mejor dirección de arte. “Nintendogs” se alzó con el título de mejor juego para portátiles, en detrimento de “One”, desarrollado por los españoles de la firma Digital Legends.

MARZO

BAFTA reconoce a los videojuegos como un arte.

18 de marzo. La Academia de las artes de cine y televisión (British Academy of Film and Television Arts) reconoció que los videojuegos son un arte por lo que sus premios, dirigidos a televisión y cine también tendrán su mirada puesta en los juegos. En 1997 dicha academia creó unos premios exclusivos sólo para videojuegos que ahora pasan a incluirse dentro de los BAFTA Awards, como los Oscars pero de Inglaterra. De esta manera un juego tendrá las mismas opciones que una película.



Fuente: Atomix

ABRIL

Exposición permanente de videojuegos en Nueva York.

23 de abril. Los “locos” de los videojuegos tienen su nuevo santuario en el Museo de la Imagen en Movimiento, que ha abierto una muestra permanente sobre la historia de esta industria. Entre los objetos con los que se puede jugar se encuentra un original de la primera máquina recreativa “Computer Space”, creada por Nolan Bushnell en 1971, así como el legendario título “Space Invaders”, uno de los más populares de la historia de los juegos electrónicos desde su creación en 1978.

MAYO

Celebración de la gran feria de los videojuegos E3 en Los Ángeles.

Del 10 al 12 de mayo. El congreso E3, que reúne a los principales fabricantes de videojuegos, tuvo como noticias más esperadas las presentaciones del HD-DVD para Xbox 360, del nuevo mando para PlayStation 3, así como de los videojuegos disponibles para

Wii. Entre sus más de sesenta mil participantes, el evento contó con la presencia de jóvenes estrellas estadounidenses como Nicole Richie y Paris Hilton que colaboraron en la promoción de videojuegos para teléfonos móviles.



Fuente: Hardgame2



Fuente: BBC Mundo



Fuente: Diariohoy

Los videojuegos, protagonistas de un galardón en los "Oscars" del diseño.

28 de mayo. La institución benéfica "British Design & Art Direction", dedicada al fomento, la representación y la formación en los sectores de la publicidad, la comunicación y el diseño, dedicó uno de sus galardones "D&DA", que ya van por su 43ª edición, al sector del ocio electrónico. La institución concedió dos de sus "lápices amarillos", el más prestigioso reconocimiento de la industria creativa, a los títulos "Resident Evil 4" y "Nintendogs", por su calidad técnica y realismo respectivamente.

JUNIO

Celebración de la Xbox Cup en Berlín

30 de junio y 1 de julio. Para celebrar la conversión de la Xbox 360 en Videoconsola Oficial de la Copa Mundial FIFA Alemania 2006, Xbox 360 puso en

marcha la Xbox Cup, en la que cientos de participantes de los 32 países competidores en este campeonato internacional jugaron al juego de EA Sports FIFA World Cup 2006 durante varios meses. Los finalistas viajaron a Berlín para disputar un emocionante final al que asistieron más de 9.000 personas y que se desarrolló con el mayor parecido posible a un auténtico mundial.

JULIO

Evento de ISFE en Bélgica

6 de julio. La Interactive Software Federation of Europe organizó un evento en la capital belga para tratar la salud e impresiones de las que goza el sector del entretenimiento electrónico en la Unión Europea. A la cita acudieron importantes representantes del panorama europeo, así como psicólogos y educadores que destacaron el carácter educativo y positivo de gran parte de los productos, defendiendo el actual código de autorregulación paneuropeo, PEGI, como garantía de la protección que desde la industria se da a aquellos contenidos no aptos para menores.

Celebración del Latin Gamer mexicano

Del 28 al 30 de julio. El evento reunió a las principales productoras de juegos de plataforma y accesorios para videojuegos.

AGOSTO

Celebración de Expogames en Santiago, Chile.

Del 5 al 13 de agosto. Supuso el primer gran evento de la industria de los videojuegos y el entretenimiento realizado en Chile. En sus ocho mil metros cuadrados de entretenimiento se pudieron encontrar las últimas novedades en materia de consolas, atracciones diversas y hasta una pista para la práctica de deportes extremos.

Celebración del Entertainment Interactive Festival en Edimburgo, Escocia.

22 de agosto. Una de las principales conclusiones de este festival de videojuegos fue la necesidad de contratar a más mujeres en la industria para conectar más fácilmente con el público femenino.

Celebración de la Games Convention en Leipzig, Alemania.

Del 23 al 27 de agosto. La ciudad alemana de Leipzig acogió la Games Convention, la mayor feria europea de videojuegos, a la que acudieron 368 compañías desde 25 países diferentes.



Fuente: PS2vicio

SEPTIEMBRE

Celebración del Tokio Game Show en Japón

23 y 24 de septiembre. Miles de japoneses hicieron su peregrinación anual al TGS para rendir homenaje a la industria y ver los estrenos de esta temporada. Japón es el paraíso de los juegos: a pesar de tener una población significativamente menor, sólo Estados Unidos le supera como consumidor de juegos en el mundo.



Fuente: Meristation

Celebración de la conferencia de Baltimore, "Juegos para la salud" en Maryland, EEUU.

28 y 29 de septiembre. Los creadores de videojuegos, reunidos en la tercera conferencia "Juegos para la salud" defendieron los efectos positivos de esta forma de ocio tanto para la curación de enfermedades como para la práctica de actividad física.

OCTUBRE

Celebración del London Games Festival.

Del 2 al 8 de octubre. Londres se convirtió durante la semana del 2 de octubre en la capital de los videojuegos gracias al London Games Festival. Los principales promotores de este acontecimiento cultural y de negocio son la ELSPA, que reúne a los editores de videojuegos británicos, la TIGA, que agrupa a desarrolladores independientes de videojuegos, y la BAFTA, la academia británica del cine y la televisión que también concede premios a los videojuegos. Completa la lista de organizadores la Asociación para el Desarrollo de Londres, LDA.

Primer Festival Nacional de Animación y Videojuegos, Creanimax 2006 en Guadalajara, México.

Del 13 al 15 de octubre. El objetivo de este encuentro es impulsar el crecimiento de la industria del software libre y hacerla más sólida para competir en el mercado internacional. El festival estuvo dirigido a todos los involucrados en el desarrollo, creación y diseño de animaciones para la industria del cine, educación, construcción y publicidad, así como a desarrolladores de videojuegos para la industria del entretenimiento.

Celebración de la World Cyber Games, 6ª edición, en Monza, Italia.

Del 18 al 25 de octubre. Desde el año 2000, los World Cyber Games son organizados de forma anual con el fin de reunir a los mejores videojugadores del mundo, procedentes de las rondas eliminatorias de distintos países.

Exposición de Videojuegos Argentina EVA 06.

21 y 22 de octubre. La meta principal de este evento es promover el crecimiento de la industria del Software de Entretenimiento en la República Argentina. La EVA está dirigida a desarrolladores, publicadores, investigadores y estudiantes de la industria del videojuego con el objetivo principal de generar un punto de encuentro para todos ellos.

Exposición Game on en el Museo de la Ciencia de Londres

Del 21 de octubre de 2006 al 25 de febrero de

2007. El Museo de la Ciencia de Londres acoge la exposición Game on que muestra en detalle a los personajes más famosos de la historia del videojuego: el fontanero Mario, el erizo azul Sonic o los seudohippies Lemmings. La muestra repasa hasta 120 videojuegos creados desde los años 60, además de mostrar dibujos originales de Shigeru Miyamoto –creador de la saga Mario Bros- y otras reliquias del mundo del videojuego.

Celebración del Electronic Game Show 2006 en México.

Del 27 al 29 de octubre. Canadá, Estados Unidos, Guatemala, Ecuador, Colombia, Panamá, Perú, Venezuela, Brasil y México fueron los países que se enfrentaron en un ambiente único bajo el techo del EGS, evento que durante cinco años se ha convertido en una plataforma de los acontecimientos más importantes en la industria del videojuego y entretenimiento digital de América Latina.

DICIEMBRE

ENTREGA DE LOS PREMIOS SPIKE TV EN LOS ÁNGELES.

9 y 10 de diciembre. The Elder Scrolls IV: Oblivion fue proclamado Mejor Videojuego del año en los premios Spike TV, celebrados en Los Ángeles. Además del máximo galardón, la nueva entrega de la serie Elder Scrolls obtuvo cuatro premios más, entre los que se incluyen Juego más adictivo y Mejor actuación de persona real.

SERIE MUNDIAL DE VIDEOJUEGOS EN NUEVA YORK.

Del 9 al 11 de diciembre. Unos 95 competidores se dieron cita en Nueva York para participar en la final de la Serie Mundial de Videojuegos, la primera competición internacional de su tipo en el mundo. Esta final supone el evento culminante de un circuito internacional de competiciones que comenzó en junio de 2006 en Louisville (Kentucky, EU), Dallas (Texas, EU), Chengdu (China), Jonkoping (Suecia) y Londres (Reino Unido).

RESUMEN DEL AÑO 2006: LANZAMIENTOS

Entre los 2.054 títulos lanzados a lo largo del año 2006, destacan los siguientes:

ENERO

Dead or Alive 4

Microsoft Ibérica, 16+

FEBRERO

Dragon Ball Z: Supersonic Warriors 2

Atari, 7+

Torrente 3: El Protector

Virgin Play, 18+

MARZO

PC Sudoku + Libro

Planeta de Agostini Interactive, 3+

Los Sims 2: Abren Negocios

Electronic Arts, 12+

FIFA Street

Electronic Arts, 3+

Kim Posible: Kimmunicator

Disney Interactive Studios, 3+

Trainz Railroad Simulator 2006

Friendware, 3+

Tom Clancy's Ghost Recon:

Advanced Warfighter

Ubi Soft, 16+

Driver: Parallel Lines

Atari, 18+

Commandos Strike Force

Proein, 16+

Ice Age: El Deshielo

Vivendi Games, 3+

ABRIL

Tom Clancy's Splinter Cell Essentials

Ubi Soft, 16+

Tomb Raider: Legend

Proein, 12+

Dragon Quest: El Periplo del Rey Maldito

Proein, 12+

Buzz! El Gran Reto + Buzzer Controllers

Sony Computer Entertainment, 3+

Heracles: Battle with the Gods

Planeta de Agostini Interactive, 12+

Taito Legends 2 Xplosiv

Virgin Play, 7+

Daxter

Sony Computer Entertainment, 7+

Guild Wars: Factions

Friendware, 12+

MAYO

Evolution GT

Virgin Play, 3+

El Código Da Vinci

Take Two Interactive, 16+

Dragon Ball Z: Shin Budokai

Atari, 12+

Heroes of Might & Magic V Codegame

Ubi Soft, 12+

Medieval II: Total War

Sega España, 16+

Tourist Trophy

Sony Computer Entertainment, 3+

JUNIO

WWII: Tank Battles

Planeta de Agostini Interactive, 12+

Grand Theft Auto: Liberty City Stories

Take Two Interactive, 18+

Cars

THQ, 3+

Titan Quest

THQ, 12+

MotoGP '06

THQ, 3+

JULIO

Pro Cycling Manager: Temporada 2006-2007

Friendware, 3+

Hearts of Iron II: Doomsday

Friendware, 3+

Piratas del Caribe: El Cofre del Hombre Muerto

Atari / Disney Interactive Studios, 12+

AGOSTO

Piratas del Caribe: Leyenda de Jack Sparrow

Ubi Soft, 12+

SEPTIEMBRE

Saints Row

THQ, 18+

Sonic Rivals

Sega España, 3+

Virtual Tennis: World Tour Platinum

Sega España, 3+

Lego Star Wars II: La Trilogía Original

Activision, 3+

Ninety-nine Nights

Microsoft Ibérica, 12+

Yakuza

Sega España, 18+

World Super Police

Planeta de Agostini Interactive, 12+

FIFA 07

Electronic Arts, 3+

Sacred – Edición Oro Premium

FX Interactive, 12+

American Conquest – Edición Oro Premium

FX Interactive, 12+

Codename: Panzers Premium

FX Interactive, 12+

Colin McRae Rally 04 Premium

FX Interactive, 3+

Kingdom Hearts II

Proein, 12+

**Devil May Cry 3: Dante's Awakening
– Special Edition**

Proein, 16+

World of Warcraft (en castellano)

Vivendi Games, 12+

OCTUBRE**Flight Simulator X Deluxe Edition**

Microsoft Ibérica, 3+

Los Sims 2: Mascotas

Electronic Arts, 12+

Age of Empires III: The War Chiefs

Microsoft Ibérica, 12+

Company of Heroes

THQ, 16+

Scarface: The World is Yours

Vivendi Games, 18+

Prince of Persia Trilogy

Ubi Soft, 16+

NBA 2K7

Take Two Interactive, 3+

Canis Canem Edit

Take Two Interactive, 16+

La Leyenda de Spyro: Un Nuevo Comienzo

Vivendi Games, 7+

Guild Wars: Nightfall

Friendware, 12+

NOVIEMBRE**Bratz: Forever Diamondz**

THQ, 3+

Need for Speed: Carbono

Electronic Arts, 12+

Eye Toy: Play Sports + Cámara

Sony Computer Entertainment, 3+

WWE Smackdown! VS. Raw 2007

THQ, 16+

Call of Duty 3

Activision, 16+

Grand Theft Auto: Vice City Stories

Take Two Interactive, 18+

SingStar Edad de Oro del Pop Español

Sony Computer Entertainment, 12+

PC Fútbol 2007

Planeta de Agostini Interactive, 3+

Dragon Ball Z: Budokai Tenkaichi 2

Atari, 12+

Gears of War

Microsoft Ibérica, 18+

Ratonpolis

Virgin Play, 3+

Warhammer 40.000: Dawn of War - Dark Crusade.

THQ, 16+

Mujeres Desesperadas

Disney Interactive Studios, 16+

Imperivm Civitas

FX Interactive, 12+

Sonic The Hedgehog

Sega España, 12+

Eragon

Vivendi Games, 16+

Happy Feet

Virgin Play, 3+

Guitar Hero II + Guitarra

Activision, 12+

DICIEMBRE

La Sirenita

Disney Interactive Studios, 3+

American Dragon

Disney Interactive Studios, 7+

PREMIOS OTORGADOS EN ESPAÑA A LOS MEJORES VIDEOJUEGOS EN 2006



Fuente: Meristation

PREMIOS EME 2006

1 DE MARZO DE 2006. NOVENA EDICIÓN DE ESTOS PREMIOS OTORGADOS POR LOS VISITANTES DE MERISTATION. EN ESTA OCASIÓN SE INCREMENTÓ EL NÚMERO DE CATEGORÍAS DEBIDO AL CRECIMIENTO EN CUANTO A PLATAFORMAS QUE ESTÁ EXPERIMENTANDO LA INDUSTRIA DEL ENTRETENIMIENTO ELECTRÓNICO.

EME al Mejor Juego de Acción

Resident Evil 4

EME al Mejor Juego de Arcade

Soul Calibur III

EME al Mejor Juego de Aventura

Fahrenheit

EME al Mejor Juego Deportivo

Pro Evolution Soccer 5

EME al Mejor Juego de Estrategia

Age of Empires III: Age of Discovery

EME al Mejor Juego de Plataformas

Super Mario 64 DS

EME al Mejor Juego de Rol

World of Warcraft

EME al Mejor Juego de Simulador

Silent Hunter III

EME al Mejor Juego de Puzzle

Meteos

EME al Mejor Juego de Conducción

Gran Turismo 4

EME al Mejor Juego de N-Gage

One

EME al Mejor Juego de Sony PSP

Grand Theft Auto: Liberty City Stories

EME al Mejor Juego de Nintendo DS

Mario Kart DS

EME al Mejor Juego de Xbox 360

Call of Duty 2

EME al Mejor Juego de Gameboy

Kingdom Hearts: Chain of Memories

EME al Mejor Juego de PC

F.E.A.R.

EME al Mejor Juego de PlayStation 2

Metal Gear Solid 3: Snake Eater

EME al Mejor Juego de Xbox

Half-Life 2

EME al Mejor Juego de Gamecube

Resident Evil 4

EME al Mejor Producto Multimedia

GeForce 7

EME al Mejor Producto Periféricos y Componentes

Logitech G7 Láser

HOBBY PREMIOS

14 DE MARZO DE 2006. OTORGADOS POR LOS LECTORES DE LAS REVISTAS ESPECIALIZADAS EN VIDEOJUEGOS DEL GRUPO AXEL SPRINGER (HOBBY CONSOLAS, PLAYMANÍA, NINTENDO ACCIÓN, COMPUTER HOY JUEGOS Y MICROMANÍA). DESTACAN ENTRE LOS GALARDONADOS:



Fuente: Axel Springer

• PREMIOS HOBBY CONSOLAS

Juego del Año

Resident Evil 4

Compañía del Año

Konami

Consola del Año

PlayStation 2

Juego del Año para Móviles

Moto GP 3

Juego del Año para PlayStation 2

Metal Gear Solid 3

Juego del Año para Gamecube

Resident Evil 4

Juego del Año para PSP

GTA Liberty City Stories

Juego del Año para GB Advance

Kingdom Hearts

Juego del Año para Xbox

Half Life 2

Juego del Año para Nintendo DS

Nintendogs

Juego del Año para Xbox 360

Call of Duty 2

Juego del Año para N-Gage

Splinter Cell Chaos Theory



Fuente: Axel Springer

• PREMIOS PLAYMANÍA

Juego del Año para PS2

God of War

Compañía del Año

Sony

Juego del Año para PSP

GTA Liberty City Stories

Mejor Juego de Plataforma para PS2

Ratchet: Gladiator

Mejor Juego de Acción para PS2

Devil May Cry 3

Mejor Juego de Velocidad para PS2

Gran Turismo 4

Mejor Juego Musical / Minijuegos para PS2

Buzz

Mejor Shoot'em up para PS2

Call of Duty 2

Mejor Aventura de Acción para PS2

God of War

Mejor Juego Deportivo para PS2

Pro Evolution Soccer 5

Mejor Juego de Lucha para PS2

Tekken 5

Mejor Juego de Estrategia / Inteligencia para PS2

Los Sims 2

Mejor Juego de Rol para PS2

Suikoden 4



Fuente: Axel Springer

• PREMIOS NINTENDO ACCIÓN

Juego del Año para Gamecube

Resident Evil 4

Mejor Juego de Aventuras para Gamecube

Pokemon XC

Mejor Juego Deportivo para Gamecube

Mario Smash Football

Mejor Juego de Acción para Gamecube

Prince of Persia 3

Mejor Juego Categoría Varios para Gamecube

Mario Party 6

Juego del Año para Game Boy Advance

Pokemon Esmeralda

Mejor Juego de Plataforma para Game Boy Advance

Donkey Kong Country 3

Mejor Juego de Acción para Game Boy Advance

Gunstar Future Heroes

Mejor Juego RPG para Game Boy Advance

Pokemon Esmeralda

Mejor Juego Deportivo para Game Boy Advance

Mario Tennis Advance

Mejor Juego Categoría Varios para Game Boy Advance

Yoshi's Universal Gravitation

Mejor Juego de Aventuras para Game Boy Advance

Dragon Ball Advance Adventure

Juego del Año para Nintendo DS

Nintendogs

Mejor Juego de Aventuras para Nintendo DS

Super Mario 64 DS

Mejor Juego de Plataforma para Nintendo DS

Sonic Rush

Mejor Juego Deportivo para Nintendo DS

Mario Kart DS

Mejor Juego de Acción para Nintendo DS

Dragon Ball Z Supersonic Warriors

Mejor Juego Categoría Varios para Nintendo DS

Nintendogs



Fuente: Axel Springer

• PREMIOS MICROMANÍA

Juego del Año para PC

F.E.A.R.

Mejor Juego de Estrategia para PC

Age of Empires III

Mejor Juego de Rol para PC

World of Warcraft

Mejor Juego de Acción para PC

F.E.A.R.

Mejor Juego de Aventuras para PC

Fahrenheit

Mejor Juego de Velocidad para PC

NFS Most Wanted

Mejor Juego Deportivo para PC

Pro Evolution Soccer 5

Mejor Juego de Simulación para PC

The Movies



Fuente: Axel Springer

• PREMIOS COMPUTER HOY JUEGOS

Juego del Año

GTA San Andreas

PREMIOS GRUPO ZETA

25 DE ABRIL DE 2006. CELEBRACIÓN DE LA QUINTA EDICIÓN DE LOS PREMIOS DE PLAYSTATION 2 REVISTA OFICIAL. ENTRE LOS SELECCIONADOS ESTUVIERON:



Fuente: PlayStation

Mejor Título de 2005

Need for Speed Most Wanted

Mejor Juego de Lucha

Tekken 5

Mejor Juego de Rol / Estrategia

Los Sims 2

Mejor Shooter

Call of Duty 2: Big Red One

Mejor Juego de Aventura / Acción

Prince of Persia: Las dos Coronas

Mejor Juego Deportivo

Pro Evolution Soccer 05

Juego más Original

Buzz!

Mejor Juego de Conducción

Need for Speed Most Wanted

Mejor Juego Online

Call of Duty 2: Big Red One

Premio de la Redacción

God of War

Mejor Juego de PSP

Grand Theft Auto: Liberty City Stories

Premio al Reconocimiento Profesional

Pablo Crespo (Game)

PREMIOS NEXT LEVEL 2006

TRAS EL RECuento DE VOTOS RECIBIDOS ENTRE SUS LECTORES, ÉSTE ES EL RESUMEN DEL AÑO PARA OCHOBITS
(8bits.blogspot.com):

Mejor Videojuego de Acción

Gears of War

Mejor Videojuego de Velocidad

Outrun 2006: Coast to Coast

Mejor RPG

The Elder Scrolls IV: Oblivion

Mejor Aventura

Okami

Mejor FPS

Black

Mejor Videojuego Deportivo

Pro Evolution 6

Mejor Pufo del Año

FFVII: Dirge of Cerberus

Mejor Blog de Videojuegos

Anait Games

Mejor Blog Generalista

Redemption Denied

FUENTES

DOCUMENTACIÓN

- Video Games: Research to improve understanding of what players enjoy about video games, and to explain their preferences for particular games. Prepared for the BBFC (British Board of Film Classification) by Cragg Ross Dawson: Arnold Cragg, Catherine Taylor and Ben Toombs. 2006.
- Essential Facts About Video Games and Court Rulings. Entertainment Software Association. 2006.
- Breaking the Stereotype: The Case of Online Gaming. Mark D. Griffiths, Mark N.O. Davies and Darren Chappell. CyberPsychology & Behavior, Volume 6, Number 1. 2003.

DOCUMENTACIÓN GRÁFICA

aDeSe agradece la colaboración de los siguientes sitios web en la recopilación de imágenes para su Anuario 2006 (por orden de aparición):

www.20minutos.es
www.licencias.com
www.mundodehoy.com
www.lanacion.com.ar
www.hardgame2.com
http://barrapunto.com
www.elmundo.es
www.infobae.com
www.misionesonline.net
www.cdecopy.com
www.bbc.co.uk
www.radiogranada.es
http://redhurtmachine.blogspot.com
www.gamebgs.com
www.rpgland.com
www.nintendo-europe.com
www.capitalrevista.es
www.noticiasdot.com
www.gsn.com

www.fantasymundo.com
www.aullidos.com
http://k41.pbase.com
www.diarioadn.com
www.3djuegos.com
www.eldiariomontanes.es
www.players4players.com
www.cibercine.es
www.nosolomusica.com
www.elsemanaldigital.com
www.dvdenlared.com
www.meristation.com
www.vandal.net
www.laflecha.net
www.atomix.vg
www.diariohoy.net
www.ps2vicio.com
www.revistaplaystation.com

Nuestro agradecimiento además al Grupo Axel Springer por los logotipos de sus revistas: Hobby Consolas, Playmanía, Nintendo Acción, Computer Hoy Juegos y Micromanía.



aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y
Editores de Software de Entretenimiento

Alfonso XII, 8, 5º Izqda.
28014 Madrid

Tel. - 91 522 43 74 Fax. - 91 521 37 42

info@adese.es www.adese.es